ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U TURISTIČKOM RAZVOJU: STUDIJA SLUČAJA OTOK VIS

Sablić, Mirjana

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:866283

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U TURISTIČKOM RAZVOJU: STUDIJA SLUČAJA OTOK VIS

Mentor:
prof. dr. sc. Lidija Petrić

Student:
Mirjana Sablić

Split, rujan, 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD 1
1.1. Problem istraživanja 1
1.2. Predmet istraživanja 3
1.3. Istraživačke hipoteze 4
1.4. Ciljevi istraživanja 5
1.5. Metode istraživanja 6
1.6. Doprinos istraživanja 7
1.7. Struktura diplomskog rada 7
2. TURIZAM I NJEGOVI UČINCI, S NAGLASKOM NA OTOČNE DESTINACIJE 8
2.1. Pozitivni i negativni sociokulturni, ekonomski i ekološki učinci turizma 12
2.1.1. Ekonomski učinci turizma 13
2.1.2. Utjecaji turizma na okoliš 15
2.1.3. Sociokulturni učinci turizma 17
2.2. Otoci kao specifične turističke destinacije 19
2.2.1. Obilježja otoka u svjetlu njihove turističke privlačnosti 20
2.2.2. Utjecaj turizma na otočno stanovništvo 22
2.3. Turizam u funkciji razvitka hrvatskih otoka 24
3. ULOGA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U RAZVOJU TURIZMA DESTINACIJE 28
3.1. Pojam lokalne zajednice 28
3.2. Lokalno stanovništvo i turizam 29
3.2.1. Upravljanje razvojem turizma i uloga lokalne zajednice 31
3.2.2.. Uloga pojedinih dionika lokalne zajednice u procesu upravljanja razvojem 33
3.3. Osposobljavanje lokalne zajednice za razvoj turizma 35
4. DOSADAŠNJI RAZVOJ TURIZMA NA OTOKU VISU 38
4.1. Geografska obilježja otoka Visa 38
4.2. Dosadašnji razvoj turizma na otoku Visu 40
4.2.1. Turistička ponuda otoka Visa 41
4.2.2. Turistička potražnja na otoku Visu 44
4.3. Djelovanje lokalne zajednice u dosadašnjem razvoju 47
4.3.2. Lokalni nositelji ponude kao dionici razvoja turizma 50

4.3.3. Lokalno stanovništvo - element privlačnosti destinacije i nositelj razvojnih procesa 52
5. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE O TURIZMU NA OTOKU VISU 54
5.1. Metodologija istraživanja 54
5.2. Karakteristike uzorka 54
5.3. Testiranje i osvrt na postavljene hipoteze 62
5.3.1. Testiranje hipoteze od tome da lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu 62
5.3.2. Testiranje hipoteze od tome da postoji razlika u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa s obzirom na demografska obilježja o različitim aspektima razvoja turizma na otoku Visu 66
5.3.3. Testiranje hipoteze od vezi stupnja uključenosti predstavnika lokalne zajednice u procese upravljanja razvoje turizma i njihova angažmana u turističkim djelatnostima ... 69
6. ZAKLJUČAK 71
LITERATURA 73
POPIS TABLICA I SLIKA 78
SAŽETAK 80
SUMMARY 81

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam je postao globalni fenomen s velikim brojem sudionika. Izaziva i utječe na brojne pojave i jedan je od najvažnijih sudionika u međunarodnoj trgovini. Turizam je specifično parcijalno tržište, jer su odnosi ponude i potražnje na tom tržištu specifični (Blažević, 2007). Turizam nije jedinstvena ni jednoznačna pojava, već kompleksan splet odnosa i veza društvenog i ekonomskog karaktera koje se realiziraju između turista i ostalih sudionika turističkog prometa. Razlog zbog koga se turisti odlučuju na putovanje je postojanje turističkih potreba koje turist zadovoljava odlaskom u turističku destinaciju za koju smatra da će najprimjerenije zadovoljiti njegove potrebe. Turistička destinacija može se promatrati i kao sustav koji podrazumijeva raznovrsne sastavnice (Petrić, 2013). Turizam vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemalja/regija koje ga razvijaju. Doprinos turizma gospodarskom razvoju nekog područja očituje se u njegovu utjecaju na investicije, dohodak ili zaposlenost, uzrokujući njihov porast, a time u pravilu i porast životnog standarda pojedinca i zajednice u kojoj se odvija (Tosun i Timothy, 2003).

Postoje i negativne strane turizma. Oni se manifestiraju, ne samo u gospodarskoj domeni, već i u sociokulturnoj, demografskoj, kulturološkoj i ekološkoj domeni (Petrić, 2013). Razvojem turizma u destinacijama pridonosi se kako pozitivnim tako i negativnim učincima u prostoru u kojem se razvija. U suvremenim turističkim kretanjima zasigurno ni resursi, ni lokalno stanovništvo, a ni gospodarstvo koje se nalazi u određenom turističkom području ne postaju imuni na kretanja u svome okruženju. Turizam mijenja okolinu u kojoj se razvija, a donosi promjene i kod lokalnog stanovništva. Različiti su stavovi lokalnog stanovništva spram turista i njihovih želja, a ponajviše ovise o tome da li stanovnici ovise o prihodima koji se ostvaruju turizmom. Promjene koje se događaju kod lokalnog stanovništva, a uzrokovane su turističkim razvojem, dešavaju se stalno, a mogu biti kako pozitivne (mogućnost zapošljavanja, poboljšanje infrastrukture, itd.), tako i negativne (prometne gužve, kriminal, premašivanje prihvatnog potencijala i sl.). Između turista i lokalnih stanovnika u destinaciji dolazi do stvaranja različitih odnosa koji su uzrokovani različitim sudjelovanjem u aktivnostima svakodnevnice (Rudan, 2012).

Turizam je na otocima značajno prisutniji i intenzivnijeg utjecaja negoli je to slučaj s većim destinacijama na kopnu koji su bolje povezane s urbanim centrima. Taj isti utjecaj se i puno značajnije umnožava s brojem turista, a očituje se i kroz kulturne, socijalne i ekološke utjecaje zbog ograničenosti otočnog prostora tj. njegove veličine. Značajniji je i kontakt između stanovništva s turistima nego u kopnenim odredištima, a taj kontakt može imati i negativne učinke zbog utjecaja velikog broja turista i intenzivnijeg turističkog razvoja koji može potpuno izmijeniti tradiciju i specifičnost jednog otoka. Mala otočna gospodarstva su posebna zbog jedinstvenih obilježja svojih prirodnih resursa, ekonomije i kulture, kao i izazova s kojima se susreću. Otoci se suočavaju s mnogim izazovima upravo zbog male površine, izoliranosti, udaljenosti, socijalne izolacije i vanjske ovisnosti. Bilo koja fluktuacija u gospodarstvima njihovih glavnih emitivnih tržišta najvjerojatnije će utjecati na gospodarstvo otoka. Zbog svoje veličine, otoci ne mogu diversificirati izvoz, što dovodi do prevelike ovisnosti o uskom rasponu roba i usluga, kao što je turizam (Nunkoo et al., 2010).

Riječ „zajednica“ podrazumijeva zajednički interes, posjedovanje ili uživanje (Collins Westminster Dictionary 1966) . Međutim, interesi onih koji žive u lokalnoj zajednici se ne podudaraju uvijek. Nemaju svi mještani jednake koristi i nisu svi jednako zadovoljni razvojem turizma (Hall i Richards, 2000). U većini turističkih definicija i namjena, pojam lokalne zajednice se povezuje s geografskom blizinom određenog područja. Međutim, pojam lokalne zajednice se također koristi za skupine koje nisu zemljopisno određen, ali dijele zajedničke karakteristike i interese. Fariborz et al. (2010) navode kako za potrebe razvoja turizma, zajednice mogu biti postojeće ili potencijalne mreže pojedinaca, grupe i organizacije koje dijele zajedničke brige, interese i ciljeve. Razvoj lokalne zajednice temeljen je na sudjelovanju, osnaživanju (empowerment) i povećanju kapaciteta zajednice te ima za cilj povećati sudjelovanje građana u njihovoj zajednici. Petrić (2011; prema Soffield, 2003) objašnjava kako je Empowerment proces kojim se omogućava osobama ovladavanje vlastitom okolinom i postizanje samoodređenja na osnovu individualne ili interpersonalne promjene ili promjene društvenih struktura koje utječu na život i ponašanje pojedinca. Razvoj turizma duboko je ukorijenjen u lokalnu zajednicu. Lokalna zajednica je istovremeno fizički prostor na kojemu se turizam „događa“; ona je resurs na kojemu se gradi i razvija, a istovremeno je u svojoj suštini i proizvod koji se nudi na tržištu. Stoga ne iznenađuje činjenica da se posljednja tri desetljeća govori o značenju lokalno poticanog razvoja te o značenju sudjelovanja/ participacije lokalne zajednice u procesu upravljanja i donošenju bitnih odluka o razvoju turizma (Petrić, 2011; prema Soffield, 2003).

Kako bi se lokalne zajednice orijentirane turizmu osposobile, obično su potrebne društvene i institucionalne promjene kao preduvjet za raspodjelu moći koja će omogućiti promjene (Petrić, 2007). Lokalno stanovništvo je vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja. Rudan (2012) ističe kako je zadovoljstvo životom u destinaciji sve veće i raste tijekom faze zrelosti razvoja turizma jer stanovnici materijalno osjete posljedice turističkog razvoja, ali kad turistički razvoj počinje opadati, opada i kvaliteta života u destinaciji.

Otok Vis jedan je od najudaljenijih hrvatskih otoka koji broji nešto manje od 3 i pol tisuće stanovnika, a u vrijeme turističke sezone otok postaje omiljena destinacija turistima (Jutarnji list, 2015). Poratna vojna izolacija otoka Visa, a s tim povezano gospodarsko zaostajanje, doveli su do velikog odljeva mladog stanovništva koje je odlazilo u potrazi za poslom. Nakon odlaska vojske s otoka (1992,) počinje jači razvoj turizma, a time dolazi i do prestanka iseljavanja. Karuza (2011) objašnjava kako je, nažalost, taj proces prestao i prirodnim putem, jer je u mjestu uglavnom ostala uglavnom starija populacija. Otočnu ponudu odnosno produljenje sezone bi mogli produžiti na nekoliko načina, a u tome se vidi važna uloga lokalne zajednice koja mora kreirati bolju ponudu putem raznih alata kojima bi privukli što veći broj gostiju.

1.2. Predmet istraživanja

Uzevši u obzir prethodno rečeno u radu se ukazuje na ulogu lokalne zajednice u razvoju turizma te ističu preporuke u kreiranju smjernica za razvoj turizma na otoku Visu. Turizam, koji se odigrava u pojedinim mjestima, nije samo susret različitih skupina ljudi, njihovih želja i namjera, nego i kreator novih kulturnih oblika koji proizlaze iz takvih susreta. Ipak, načinima na koji turizam utječe na tradicionalne i autentične kulture te potrebi donošenja mjera za očuvanje kulture, se još uvijek ne pridaje dovoljno pozornosti, kao da ne predstavljaju značajan problem (Tucker, 2003). U istraživanju lokalnu zajednicu predstavlja se kao važan čimbenik u stvaranju dodatnih sadržaja, manifestacija i društvenih događanja u

funkciji razvoja turizma. Ključno je pitanje, pri tom, kako lokalna zajednica sudjeluje u razvoju turizma destinacije i to u procesu planiranja i odlučivanja o razvoju, u predlaganju ideja i realizaciji projekata, o ulozi turizma u prostoru i razvoju i u preraspodjeli koristi i troškova razvoja turizma. Također analizirano je može li lokalna zajednica na Visu djelovati putem demokratskih alata i procedura te utjecati na kreiranje turističke ponude. Pri tome, važan instrument istraživanja i oblikovanja glavnih zaključaka su mišljenje i stavovi domaćih stanovnika.

U ovom radu je ukazano na ulogu lokalne zajednice na razvoj turističke ponude otoka Visa te su sugerirana rješenja o tome kako bi lokalna zajednica mogla biti uključena u kreiranje i odlučivanje o budućoj ponudi otoka Visa. Samim istraživanjem ukazano je što ispitanici misle o ovoj temi te temeljem njihovih stavova izvučeni su korisni zaključci.

1.3. Istraživačke hipoteze

Kako bi se tvrdnje dokazale, postavljaju se ukupno tri glavne istraživačke hipoteze te određene pomoćne hipoteze (u svrhu lakšeg analiziranja glavnih):

H1: Lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu.

Za lakše testiranje pretpostavke H1 postavljaju se pomoćne hipoteze:

H1a: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa.
H1b: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u donošenju relevantnih odluka za razvoj turizma na otoku Visu.
H1c: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u stvaranju pozitivnog imidža otoka Visa među turistima.
H1d: Potrebne su daljnje edukacije članova lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu kako bi i dalje doprinosili razvoju turizma na otoku.

Druga glavna istraživačka hipoteza glasi:

H2: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa s obzirom na demografska obilježja o različitim aspektima razvoja turizma na otoku Visu.

Pomoćne hipoteze u svrhu testiranja H2 pretpostavke su:

H2a: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o učincima turizma na Vis s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

H2b: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o dosadašnjem razvoju turizma na otoku Visu s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

H2c: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o načinima uključivanja stanovnika u procese upravljanja razvojem turizma s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

Posljednja istraživačka hipoteza (za koju nisu korištene pomoćne hipoteze) glasi:

H3: Stupanj uključenosti predstavnika lokalne zajednice Visa u procesu upravljanja razvojem turizma u direktnoj je i pozitivnoj vezi s činjenicom njihova angažmana u turističkim djelatnostima.

1.4. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog rada, tj. istraživanja je istražiti važnost i ulogu lokalne zajednice Visa u razvoju i upravljanju razvojem turizma, odnosno ukazati na njihovu dosadašnju ulogu te mogućnost djelovanja u smislu njihova osnaživanja za daljnje sudjelovanje u turističkom razvoju.

Osim glavnog cilja, pomoćni ciljevi istraživanja su:

- Teorijski razraditi temeljne pojmove i koncepte u radu (otočni turizam, koristi i troškovi razvoja turizma, lokalna zajednica, upravljanja razvojem turizam, osnaživanje).
- Istražiti dosadašnji model razvoja turizma na otocima.

- Ukazati na ključne probleme u razvoju turizma na otočnim zajednicama.
- Empirijski istražiti stavove lokalne zajednice Visa o učincima razvoja turizma te njihovoj ulozi u razvoju.
- Dati preporuke budućeg djelovanja u smislu jačanja kapaciteta lokalne zajednice za sudjelovanje u razvoju.

1.5. Metode istraživanja

U teorijskom dijelu koristi se nekoliko različitih metoda (Kulenović i Slišković, 2016):

- Metoda deskripcije: postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Ova se metoda primjenjuje u početnoj fazi znanstvenog istraživanja, a ima veću vrijednost ako je jednostavno opisivanje povezano s objašnjenjima o uočenim važnijim obilježjima opisivanih činjenica, predmeta i procesa, njihovih zakonitosti i uzročnih veza i odnosa.
- Povijesna metoda: na temelju raznovrsnih dokumenata i dokaznog materijala bavi analizom onoga što se u prošlosti dogodilo i, po mogućnosti, kako i zašto se to tako dogodilo.
- Induktivna metoda je sistematska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja. Induktivni način zaključivanja ima veliko značenje u znanosti jer omogućuje da se, na temelju pojedinačnih činjenica i saznanja, dolazi do uopćavanja i formiranja zakonitosti, odnosno spoznaje novih činjenica i novih zakonitosti.
- Deduktivna metoda je sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja. Omogućuje da se na temelju općih sudova, odnosno općih logičkih obilježja između pojmova, izvode pojedinačni sudovi, zaključci i tvrdnje, odnosno otkriju spoznaje ili dokažu nove činjenice, nove zakonitosti ili znanstvene istine.
- Metoda klasifikacije sistematska i potpuna podjela općeg pojma na posebne, koje taj pojam obuhvaća. To je najstarija i najjednostavnija znanstvena metoda, jer znanost zapravo i započinje s klasifikacijom.

Za provedbu empirijskog dijela istraživanja prvo su prikupljeni primarni podatci putem anketnog upitnika na uzorku od 120 punoljetnih predstavnika lokalne zajednice. Dio podataka je prikupljen putem Interneta (kreiran je obrazac u Google Forms), a dio podataka na

terenskom istraživanju na otoku Visu. Za testiranje hipoteza korišten je računalni program SPSS koji je osnovni alat u ekonomskim istraživanjima.

1.6. Doprinos istraživanja

Osnovni doprinos istraživanja se ogleda u dva dijela:

- Prvo, temeljem teorijskog istraživanja osvijetljena je uloga i značaj lokalne zajednice u razvoju turizma, što može pomoći lokalnim nositeljima razvojne politike u kreiranju mjera budućeg djelovanja u smislu njihova adekvatnijeg uključivanja u razvojne i upravljačke procese.
- Drugo, temeljem empirijskog istraživanja na primjeru lokalne zajednice Visa moguće je ponuditi sliku njihove uključenosti u razvojne procese te oblikovati prikladne smjernice budućeg djelovanja u smislu jačanja njihovog angažmana.

1.7. Struktura diplomskog rada

Rad je koncipiran na način da se sastoji od šest poglavlja:

- U prvom poglavlju su predstavljeni problem i predmet istraživanja, istraživačke hipoteze, ciljevi i metode te sadržaj rada.
- U drugom poglavlju analiziran je turizam kao društveno-ekonomski fenomen te njegovi različiti učinci. Također, predstavljeni su otoci kao turističke destinacije i izneseno je kakav utjecaj ima turizam na otočno stanovništvo. U sklopu ovog poglavlja prikazan je i turizam u funkciji razvitka hrvatskih otoka.
- U trećem poglavlju se čitatelje rada upoznaje s pojmom lokalne zajednice i načinima na koje razvoj turizma utječe na lokalnu zajednicu i rezidente. Također se upoznaju i s ulogom pojedinih dionika lokalne zajednice u procesu upravljanja razvojem turizma.
- U četvrtom poglavlju je opisan otok Vis i dosadašnji razvoj turizma na otoku te kako je lokalna zajednica bila uključena u njegov dosadašnji razvoj.
- Peto poglavlje sadrži provedeno istraživanje. Opisane su karakteristike uzorka te metodologija istraživanja te je provedeno i testiranje hipoteza.
- Na kraju, u posljednjem, šestom poglavlju, iznose se glavni zaključci, daje se osvrt na dobivene rezultate. U konačnici, sugeriraju se preporuke za daljnje djelovanje lokalne zajednice kako bi otok Vis poboljšao svoju ponudu i produljio turističku sezonu.

2. TURIZAM I NJEGOVI UČINCI, S NAGLASKOM NA OTOČNE DESTINACIJE

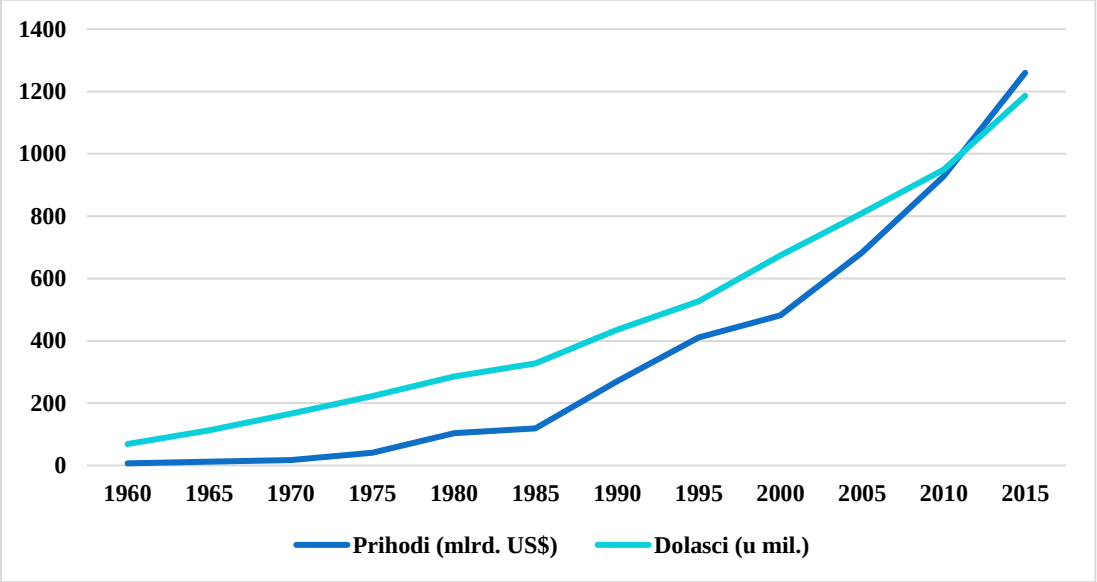
Turizam kao jedan od glavnih pokretača ekonomskog razvoja posljednjih godina pobuđuje istraživački interes. Snažan uzlazan trend kojeg postiže turizam stvara pokretački zamah čitavom gospodarskom rastu, rastu zaposlenosti i društvenom razvoju, a kao rezultat istaknutih pozitivnih eksternalija na gospodarstvo, javlja se sve veći broj istraživih radova koji nas približavaju razumijevanju turizma i njegovih učinaka.

Unatoč porastu istraživačkog interesa i očekivano jasnijem razumijevanju turističkog fenomena, tradicionalno glavni problem ogleda se u utvrđivanju ekonomskih učinaka koje turizam stvara na ukupno gospodarsko kretanje. Dodatno, predmet čestih stručnih rasprava je sam pojam turizma, oko čega se istaknuta istraživačka imena u području turizma ne mogu složiti. Prema Theobald (2005), prijepor oko definicije turizma jedan od razloga težeg razumijevanja ekonomskog učinaka na gospodarstvo. Vodeći se utvrđenom definicijom turizma prema Međunarodnom udruženju znanstvenih turističkih eksperata (AIESTA - *International Association of Scientific Experts in Tourism*), definicijom koja je opće prihvaćena, smatra se:

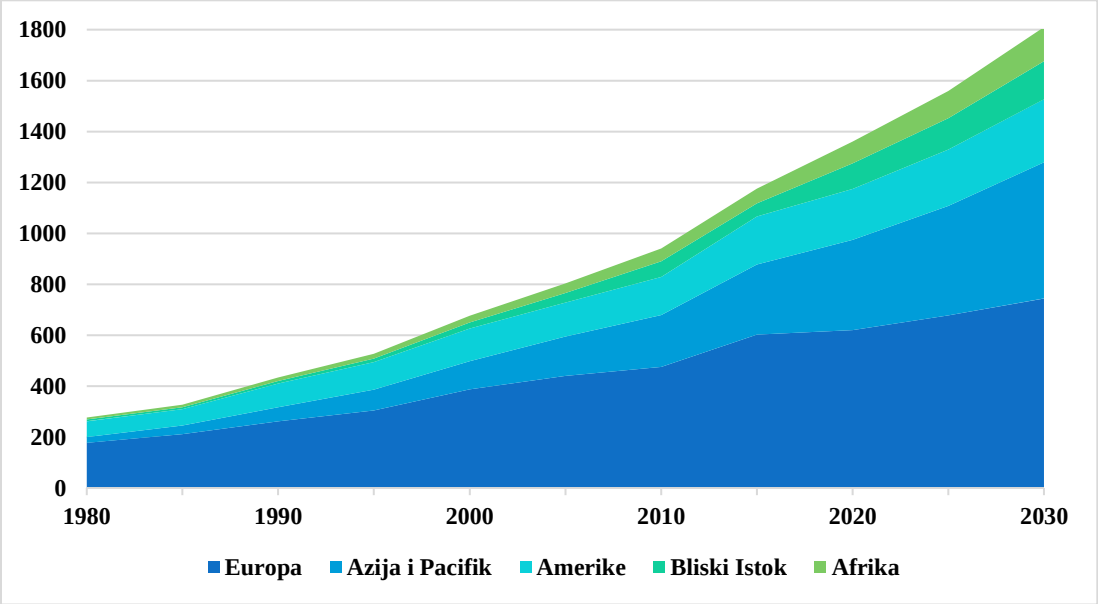
„Turizam je skup odnosa i pojava koje rezultiraju iz putovanja osoba i njihova zadržavanja u određenim mjestima, koja nisu njihova trajna boravišta, niti u njima obavljaju poslove vezane uz turizam, studiranje ili neki drugi oblik poslovne aktivnosti.“

Prema izvještaju UNWTO-a, objavljenom u 2016. godini, turizam zadržava snažan uzlazan trend posljednjih šest dekada te postaje jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih grana. Turizam sačinjava 10% svjetskog GDP-a, a godišnje stope rasta turizma koje premašuju ukupni godišnji svjetski gospodarski rast ukazuju na očekivano sve veću značajnost turizma u svjetskom GDP-u. Nadalje, turizam predstavlja glavnu komponentu međunarodne razmjene usluga, sačinjavajući 30% ukupnog svjetskog izvoza usluga, odnosno 7% ukupnog svjetskog izvoza. Kontinuirane stope rasta, koje od 1995. godine do danas prosječno rastu po realnoj godišnjoj stopi, korigirano za inflaciju i tečajne promjene, u visini 4,4 %, rezultirale su da je ukupan broj turističkih dolazaka u 2012. godini premašio brojku od milijardu. Prema posljednjim raspoloživim podacima koje objavljuje Svjetska turistička organizacija (UNWTO - World Tourism Organization) broj turističkih dolazaka u 2015. godini iznosi je 1.186 milijuna turista, uz prognozu kako će 2030. godine ukupan broj

turističkih dolazaka premašiti brojku od 1800 milijuna. Rast ostvarenog prometa međunarodnog turizma rezultirao je rastom prihoda koji su u 2015. godini iznosili 1.136 milijardi EUR. Procjenjuje se kako će u razdoblju između 2010. i 2030. godine ukupan broj turista rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3 % te da će glavni pokretač rasta biti tržišta u nastajanju koja će u 2030. godini sama doseći brojku od milijardu turističkih dolazaka godišnje.



Slika 1: Pregled kretanja ukupnog broja dolazaka turista i ukupno ostvarenog prihoda od turizma u razdoblju od 1960. do 2015. godine.
Izvor: World Tourism Organization (2016)



Slika 2: Aktualni trendovi i prognoza turističkih dolazaka za razdoblje od 1950 . do 2030. godine
Izvor: World Tourism Organization (2016)

U strukturi dolazaka i prihoda najznačajnija turistička regija je upravo Europa, gdje zemlje Europske unije najznačajnije doprinose statusu Europe kao svjetske turističke prijestolnice. Ukupan broj turističkih dolazaka u 2015. godini iznosio je 607,7 milijuna, što je porast od 4,7 % i sačinjava 51,2 % ukupnih međunarodnih turističkih dolazaka. Europa je u 2015. godini ostvarila 406,2 milijarde EUR prihoda od turizma, što je godišnji porast od 5,1 % i sačinjava 35,8 % ukupnog prihoda od međunarodnog turizma. Prognoze UNWTO-a za 2030. ukazuju kako se značaj Europe kao turističke regije neće mijenjati.

Tablica 1: Međunarodni turistički dolasci prema regiji porijekla

UNWTO regija	Međunarodni turistički dolasci prema regijama (mil.)		Promjena u %
	2014.	2015.	
Europa	580,2	607,7	4,7%
Azija i Pacifik	264,3	279,2	5,6%
Amerike	181,9	192,6	5,9%
Afrika	55,3	53,5	-3,3%
Bliski Istok	52,4	53,3	1,7%
Ukupno (svijet)	1134,1	1186,3	4,6%

Izvor: World Tourism Organization (2016)

Tablica 2: Prihodi od međunarodnog turizma prema regiji porijekla u 2015. godini

UNWTO regija	Prihodi od međunarodnog turizma (mlrd., EUR)		Promjena u %
	2014.	2015.	
Europa	386,6	406,2	5,1%
Azija i Pacifik	316,2	377,0	19,2%
Amerike	216,8	273,7	26,2%
Afrika	27,2	29,8	9,6%
Bliski Istok	38,8	49,0	26,3%
Ukupno (svijet)	985,6	1135,7	15,2%

Izvor: World Tourism Organization (2016)

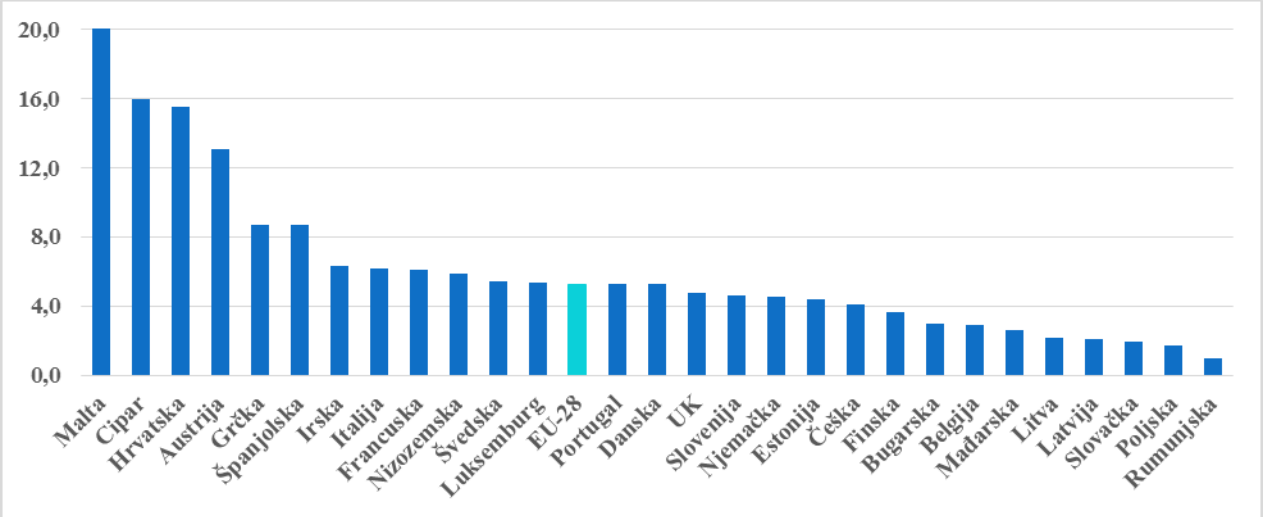
Zemlje Europske unije koje prema pokazatelju međunarodnih turističkih dolazaka i prihodima od međunarodnog turizma najznačajnije doprinose statusu Europe kao najsnažnije i najutjecajnije turističke regije su: Francuska, Španjolska, Italija, Njemačka i Ujedinjeno Kraljevstvo. Potonje istaknute zemlje predvodnice Europske turističke regije u 2015. godini sačinjavaju 44,9 % ukupnih međunarodnih turističkih noćenja u Europi odnosno 55,2 % ukupnih prihoda od međunarodnog turizma u Europi.

Tablica 3: Pregled najznačajnijih 5 zemalja Europske unije po ostvarenim međunarodnim noćenjima (u milijunima) za 2015. godinu.

Zemlje	Međunarodni turistički dolasci prema regijama (mil.) 2015.	Rang prema međunarodnim turističkim dolascima	Prihodi od međunarodnog turizma (mlrd. EUR) 2015.	Rang prema prihodima od međunarodnog turizma
Francuska	84,5	1	45,9	2
Španjolska	68,2	2	56,5	1
Italija	50,7	3	39,5	4
Njemačka	35	4	36,9	5
Ujedinjeno kraljevstvo	34,4	5	45,5	3

Izvor**:** World Tourism Organization (2016)

Europska komisija ističe korištenje pokazatelja turističke intenzivnosti kojim se mjeri ukupan broj noćenja prema broju stanovnika zemlje. Korištenjem relativnog pokazatelju mijenja se pogled na odnos razvijenosti turizma između članica Europske unije, ali i značaj doprinosa pojedine članice Europske unije na ukupnu uspješnost Europe kao vodeće turističke regije. Prema korištenom relativnom pokazatelju turističke intenzivnosti, najistaknutije su zemlje s područja Mediterana.



Slika 3: Prikaz broja ukupnih noćenja rezidenata i nerezidenata na 1000 stanovnika zemalja Europske unije za 2014. Godinu

Izvor: Europska komisija (2016)

Europska komisija ističe kako je turizam glavna gospodarska aktivnost Europske unije koja je snažan pokretač gospodarskog rasta, zaposlenosti i društvenog razvoja. U zemljama Europske unije u 2015. godini direktni utjecaj turizma na BDP iznosio je 605,6 milijardi dolara (3,7 % ukupnog BDP-a), a ukupni (direktni, indirektni i inducirani) utjecaj iznosio je 1.609,8 milijardi dolara (9,9 % ukupnog BDP-a). Prema prognozama UNWTO-a, očekuje se i

dugoročan nastavak rasta pa bi u razdoblju do 2026. direktni utjecaji turizma na BDP u zemljama Europske unije trebali rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 2,8 % što znači da bi direktni prihodi od turizma u 2026. iznosili 821,5 milijardi dolara.

2.1. Pozitivni i negativni sociokulturni, ekonomski i ekološki učinci turizma

Turizam uzrokuju dalekosežne posljedice na: ekonomiju, socijalno i društveno obilježje reciptivne destinacije, kulturni sadržaj u funkciji ponude destinacije, vođenu politiku te na ekologiju. Prema Smith i Brent (2001.) djelatnost turizma stvara koristi i posljedice koje je nemoguće spriječiti, ali ih je moguće planirati i njima upravljati. Theobald (2005.) tvrdi kako su posljedice za receptivno gospodarstvo rezultat miješanja različitih društvenih i kulturnih obilježja gostiju i receptivnog stanovništva koji se, uz sve navedeno, razlikuju i po potrošačkoj snazi. Nadalje, Archer, Cooper i Ruhanen (2005.) objašnjavaju kako se učinci turizma mogu promatrati s aspekta gosta odnosno, s druge strane, lokalnog stanovništva receptivne destinacije koje živi s posljedicama razvoja turizma u njihovoj destinaciji, kako pozitivnim, tako i negativnim.

Dosadašnja istraživanja uglavnom su se koncentrirala na ekonomske implikacije razvoja turizma na receptivnom području, što je određeno lakšom kvantifikacijom, mjerenjem i utvrđivanjem koristi od turizma. Uz razvoj tehnika i metodologija za praćenje, te uz rast znanstvenog interesa za izučavanje ekonomskih učinaka, potpuno je razumljivo što su istraživanja ekonomskih učinaka turizma dominantno zastupljena u literaturi (Wall i Mathieson, 2006.). Međutim, analiza koja izostavlja pristup cjelovitosti utvrđene pozitivne ekonomske koristi, ne korigira se za socijalne posljedice i narušeno prirodno okružje. Ključna pitanja za raspravu o pozitivnom i negativnom utjecaju turizma moraju razumijevati pojam „nosivosti receptivnog područja“, što bi se odnosilo na kapacitet turističke destinacije da zadrži kvalitetu usluge uslijed povećanja broja gostiju, te obilježja gostiju, što uključuje duljinu njihovog boravka, aktivnost, način prijevoza i aranžman (Saveriades, 2000.). Autori Mathieson i Wall (1982.), spominju pojam robusnosti receptivne destinacije, što se odnosi na nosivost receptivnog područja, a ukazuju kako je upravo robusnost određena obilježjima resursa receptivne destinacije.

2.1.1. Ekonomski učinci turizma

Ekonomske učinke moguće je klasificirati u sljedeće kategorije:

- redistribucija dohotka i priljev strane valute
- generiranje prihoda
- utjecaj na zaposlenost,
- poboljšanje ekonomskih struktura,
- poticanje poduzetničkih aktivnosti,
- stimuliranje regionalnog razvoja i smanjenje regionalnih nejednakosti.

Redistribucija dohotka ostvaruje se između emitivnog i receptivnog područja, uslijed potrošnje turista za vrijeme i u svrhu turističkog boravka. Međunarodni turistički prihodi koje ostvaruju receptivna područja na osnovi potrošnje turista kategoriziraju se kao prihodi ostvareni na temelju izvoza. Budući da se inozemna potražnja ostvaruje na receptivnom području, turizam se smatra generatorom „nevidljivog izvoza“. Prednosti takvog izvoza su niži troškovi gdje se ne zahtjeva, za izvoz uobičajen, visok trošak distribucije odnosno premija osiguranja. Posebna korist turizma proizlazi u tome što predmet razmjene postaju prirodna i kulturna dobra, a domaći proizvodi se uslijed povećane potražnje lakše prodaju (Petrić et al., 2013.). Redistribucija dohotka popraćena je priljevom strane valute koja za mnoga receptivna područja predstavlja vitalni izvor stranih sredstava plaćanja. Izloženost stranim sredstvima plaćanja određuje potrošnju, izbor valute štednje i izloženost stranim sredstvima plaćanja domicilnog stanovništva koje nacionalno monetarno tijelo treba uvažiti u svojim politikama odlučivanja.

Nadalje, turistička potrošnja poticajan je impuls ukupnom društvenom proizvodu receptivnog područja, budući da se u receptivnoj destinaciji povećava potreba za stvaranjem dodatnih proizvoda i usluga. Uslijed povećane turističke potražnje stvara se potreba kreiranja adekvatne ponude koja se može ostvariti uz dodatnu potrošnju pružatelja proizvoda i usluga receptivnog područja. Potonje rezultira u ukupno većoj potrošnji u receptivnom području, tj. **generiranju prihoda**. Može se zaključiti kako turistička potrošnja kreira potrebu za novom proizvodnjom koja za sobom povlači novu potrošnju, što je u literaturi poznato kao efekt multiplikatora. Multiplikator turističkog prihoda predstavlja koeficijent koji izražava ukupnu količinu generiranog prihoda u destinaciji, nastalog uslijed povećanja turističke potrošnje za

jednu jedinicu (Archer, 1982.). Budući da su sektori gospodarstva, u manjoj ili većoj mjeri, međuzavisni, efekt multiplikatora će ovisiti o stupnju uključenosti ostalih sektora u kreiranju turističke ponude (Wall, Mathieson, 2006.). Prema Ahlert (2008.) ukupni se ekonomski učinci turističke potražnje dijele na: **direktne**, **indirektne** i **inducirane**. Direktni učinak turističke potrošnje apsorbiran je u gospodarskim granama koje su izravno povezane s turizmom. Indirektni učinak se ogleda u potrošnji koja nastaje uslijed opskrbljivanja turističke proizvodnje potrebnim proizvodima za kreiranje turističkih proizvoda i usluga. Inducirani učinci najznačajnijih su konotacija na gospodarstvo receptivnog područja, ogledaju se u povećanju rasta nadnica i povećanju kupovne moći lokalnog stanovništva zbog inicijalne turističke potražnje. Tu se najčešće spominje rast potrošnje koju su omogućili, prethodno ostvareni, direktni i indirektni učinci turističke potražnje.

Turizam doprinosi **rastu zapošljavanja**, povećana potražnja gostiju za robama i uslugama zahtjeva, kako povećanje utroška sirovina i materijala tako i ,najvažnije komponente u stvaranju turističke ponude, potražnje za ljudskim kapitalom. Autori Shaw i Williams (2000.) dijele radna mjesta s obzirom na izloženost sektoru turizma, time ističu direktna, indirektna i inducirana radna mjesta. Direktno zapošljavanje u turizmu se odnosi na radna mjesta na kojima zaposlenici dolaze u izravan kontakt s posjetiteljima. Pod indirektno zapošljavanje spadaju radna mjesta u gospodarskim granama i djelatnostima čije su aktivnosti usmjerene na kreiranje proizvoda i usluga kojima opskrbljuju turističku potražnju. Inducirano zapošljavanje čine sva preostala radna mjesta koja su nastala kao rezultat multiplikativnih efekata turističke potrošnje.

Turistički rast je popraćen i promjenama u **ekonomskoj strukturi** receptivnog područja. Promjene u zaposlenosti i vrijednosti proizvodnje između sektora koje su uzrokovane jačanjem turističke djelatnosti, ubrzaju proces modernizacije receptivnog područja (Archer et al., 2005.). Razvitak turizma pozitivno doprinosi unaprjeđenju prometne infrastrukture, kvaliteti vodoopskrbe te načinu zbrinjavanja otpada. U ruralnim sredinama, uslijed razvoja turizma, lokalno stanovništvo se preusmjerava iz tradicionalnih poljoprivrednih aktivnosti u unosnije poslove u turizmu ili građevinarstvu. Poduzetničke aktivnosti kreiraju turističku ponudu koja ispunjava zahtjeve za specifičnim proizvodima i uslugama. Iako je općeprihvaćeno stajalište kako se poticanje poduzetničkih aktivnosti, uslijed razvoja turističkih aktivnosti, smatra pozitivnim učinkom turizma, kritičari ističu da profiti koji proizlaze kao rezultat poduzetničkih aktivnosti privilegija su tek manjeg broja ljudi.

Turizam doprinosi i **regionalnom razvoju te smanjenju regionalnih nejednakosti** između regija receptivne zemlje. Nerazvijene regije krasi očuvanost i izvornost, a često posjeduju iznimno atraktivne prirodne resurse i kulturnu baštinu što privlače posjetitelje urbanih područja koji su ujedno i najveće emitivno tržište (veliki gradovi). Turizam ima sposobnost pretvaranja neprivrednih resursa u privredne, koji, da nema turizma ili da nisu uključeni u turističke tokove, ne bi ni ostvarili ekonomske učinke, prvenstveno prihod. Nerazvijene regije receptivne zemlje koja se ne može istaknuti atraktivnim turističkim sadržajem, priliku za razvoj i približavanje razvijenim regijama pronalaze u proizvodnji dobara i sluga te njihovom plasmanu u susjednim regijama usmjerenim prema turizmu (Petrić et al., 2013.).

Pozitivni ekonomski učinci turizma, koji se ogledaju kroz: rast dohotka po osnovi ostvarene turističke potrošnje, rast direktnog i indirektnog zapošljavanja, rast poduzetničke aktivnosti, aktiviranje neprivrednih resursa, osnaživanje regionalnog razvoja, poželjni su učinci, no, nisu jedini učinci, štoviše, turizam kreira određene karakteristike koje se percipiraju kao negativne. Negativni ekonomski učinci turizma ogledaju se u neravnomjernosti ostvarenog učinka tijekom godine, tj. sezonalnost. Nadalje, rast cijena proizvoda i usluga na receptivnom području, neželjena je posljedica kojoj je izloženo domicilno stanovništvo. Rast cijena nekretnina na turističkim receptivnim područjima uzrokuje napuštanje primarnih djelatnosti te opadanje broja domicilnog stanovništva. Posebno je bitno istaknuti nedostatke turističkih receptivnih područja u kojima su intermedijarna dobra uvezena, svi ranije opisani pozitivni učinci ostvaruju se u manjem multiplikativnom potencijalu.

2.1.2. Utjecaji turizma na okoliš

Wall i Mathieson (2006.) ističu studije koje obrađuju utjecaj turizma na okoliš, koje obrađuju posebne utjecaje ekoturizma te ukazuje kako kod većine studija, koje obrađuju odnos ekologije i turizma, izostaje integrirani pristup koji uvažava sve segmente okoliša pod utjecajem turističke djelatnosti. Prema Farrell i Runvan (1991.), ekološka svojstva receptivnog područja ključna su u isticanju turističke ponude pojedine destinacije. Prirodni resursi i ekosustav s jedne strane te izgrađeni resursi koji imaju povijesnu i kulturnu vrijednost osiguravaju prednost u privlačenju gostiju.

U procesu realizacije turizma, generira se niz učinaka koji su najčešće uočljivi u okolišu, tj. na prirodnim i izgrađenim resursima što termin okoliš uključuje. Glavni razlozi zbog kojih turizam utječe na okoliš su što su turističke destinacije izložene većem broju turističkih dolazaka odnosno boravku većeg broja ljudi što iziskuje poduzimanje organizacijskih i tehničkih mjera u cilju realizacije turizma. Dodatno, gosti tijekom putovanja i za vrijeme boravka utječu na okoliš budući da povećavaju potrošnju energije i vode, a proizvode povećane količine krutog otpada, otpadnih voda i emisiju plinova (Archer et al., 2005.).

Turizam, tijekom svog djelovanja izaziva niz pozitivnih učinaka na okoliš koji su vidljivi u sljedećim područjima: zaštita i restauracija spomenika prirode i kulture te industrijskog i graditeljskog nasljeđa, stvaranje posebnih zaštićenih područja kao što su nacionalni parkovi, parkovi prirode, posebni prirodni rezervati i sl.., održavanje šuma, plaža i sl., poboljšanje infrastrukture. Autori koji ističu pozitivan doprinos turizma na okoliš su: Agarwal i Nangia (1974.), Hulme i Murphree (2001.), McNeeley i Thorsell (1989.) i Waters (1966.). Navedeni pozitivni učinci vidljivi u onim receptivnim područjima u kojima se provodi politika održivog razvoja turizma. Povijest turizma jasno ukazuje da je okoliš pridonio stvaranju i napretku turizma, stoga, upravljanje okolišem usko je vezano uz planiranje razvoja turizma. No, negativni učinci u okolišu su ipak uočljiviji i o njima se više govori. Općenito govoreći, turizam negativno djeluje na prirodni i izgrađeni okoliš. U nastavku slijede primjeri negativnog utjecaja turizma na okoliš prema Petrić (2012.).

Prirodni okoliš:

- Promjene broja i kvalitete biljnih i životinjskih zajednica uslijed gradnje objekata, uslijed lova, ribolova i ostalih aktivnosti u prirodi
- Onečišćenje vode, zraka i tla krutim, tekućim otpacima i bukom uslijed obavljanja različitih turističkih aktivnosti
- Erozija tla na obalama rijeka, na planinama, stvaranje klizišta neprimjerenom izgradnjom
- Smanjenje zaliha vode, fosilnih goriva, rizik od požara
- Vizualno onečišćenje i degradacija prostora

Izgrađeni okoliš:

- Povećanje umjetno izgrađene površine

- Vizualni učinak (novi, neprimjereni stilovi gradnje, izostanak prostornog uređenja objekata)
- Infrastruktura (preopterećenje, gradnja novih objekata)

Štetni učinak na okoliš naročito smanjuje vrijednost prirode kao atrakcije i mjesta za odmor. Razlika u atraktivnosti prirodnog okoliša u polazištu i odredištu turista se smanjuje uslijed nagrđivanja okoliša neprimjerenom gradnjom, uslijed zagađenja bukom ili zbog onečišćenja voda. Turističke destinacije počinju sličiti gradovima pa sve više i više poprimaju karakter aglomeracija. Ekološki efekti povratnog djelovanja imaju ekonomske implikacije: smanjenje atraktivnosti uslijed štetnih učinaka na okoliš vodi k jeftinijim i manje unosnim oblicima turizma. Gubitak rentabilnosti pokušava se kompenzirati povećanjem prometa. Pojačava se karakter masovnosti. Nedostaje novca za prikladne mjere kojima bi se smanjio štetni učinak na okoliš. Izlazak iz ovog začaranog kruga iznimno je težak. Archer et al. (2005.) ovaj proces sažimaju u tvrdnji kako turizam uništava turizam kada izostaje pristup održivog upravljanja turizmom.

2.1.3. Sociokulturni učinci turizma

Bitne kulturološke razlike prisutne su između različitih zemalja, stoga je jasno očekivanje nastupa sociokulturnih posljedica međunarodnih dolazaka turista u receptivna područja. Štoviše različitost je često prisutna unutar istog emitivnog područja gdje regionalna različitost, kulturološka specifičnosti i socijalno obilježje regije pridonosi stvaranju sociokulturnih posljedica domaćeg turizma. Prema Affeldu (1975.) istraživanje o socijalnim i kulturnim utjecajima turizma potrebno je razmatrati s aspekta gosta, domaćina i njihove interakcije. Takav integriran pristup uvažava motivaciju, stavove i očekivanja gosta, način pružanja usluge i organizaciju receptivnog područja te u konačnici interakciju dvaju aktera koje odlikuje različitost obilježja. Kada su kulturne razlike između domicilnog stanovništva i gostiju snažnije izražene, domicilno stanovništvo se lakše upušta u stvaranje ponude koja odstupa od autohtonog te se napušta "izvornost" receptivnog područja (Archer et al., 2005.). Međutim, turisti su sve više motivirani iskusiti autentičnost receptivnog područja, što ohrabruje domicilno stanovništvo u stvaranju originalnog turističkog sadržaja. Uz dobro upravljanje, što uključuje pravilan strateški plan usmjeren autohtonosti, turizam može igrati

ulogu graditelja autohtone turističke ponude, a u tom slučaju negativne konotacije turizma na društvene odnose i kulturu receptivnog područja se odbacuju.

U izoliranim i manje razvijenim područjima, dolazak većeg broja gostiju, čak može prouzročiti napuštanje lokalnog stanovništva i premještanje na nova područja gdje neće biti izloženi kulturološkoj različitosti koja je popraćena dolaskom gostiju. U ekstremnim slučajevima turizam potpuno izmijeni način života lokalnih ljudi, a jedan od ozbiljnih promjena je stvaranje devijantnosti koja se ogleda u padu moralnog standarda domicilnog stanovništva. Temeljni sociokulturni doprinos turizama ostvaruje se kroz jačanje stupnja otvorenosti i spremnost na prihvaćanje različitosti domicilnog stanovništva. Zastupljenost turizma doprinosi uključenosti receptivnog područja u šire nacionalne i međunarodne tokove. Međutim, viši stupanj uključenosti u međunarodne sustave izlaže receptivno područje vanjskim faktorima koje je teško kontrolirati i koji mogu narušiti autohtone odlike receptivnog područja. Isticanjem potonjeg, uočava se različit utjecaj turizma na socioekonomski aspekt života receptivnog prostora koji je pak određen obilježjima turista i domaćina u njihovoj interakciji (Affeld, 1975.).

Receptivno stanovništvo sve izraženije počinje razmišljati o ekonomskim koristima koje mogu ostvariti na temelju turizma te okupacija materijalnim sve više dobiva na značaju u stavovima i interakciji s ljudima. Sociolozi ističu kako se kod domicilnog stanovništva razvija individualizam te da nastupa slabljenje solidarnosti među pripadnicima domicilnog stanovništva.

Prema Petrić (2003.) ističu se sljedeći pozitivni i negativni učinci turizma. Pozitivni sociokulturni učinci turizma manifestiraju se kroz sljedeće situacije:

- Turizam potiče lokalni ponos (revitalizacijom kulture, običaja, nasljeđa).
- Turizam unaprjeđuje suradnju, razumijevanje i mir.
- Turizam pomaže izgradnju javne infrastrukture.
- Turizam osigurava sredstva (kroz različite fondove) za restauraciju i konzervaciju nasljeđa.
- Turizam pridonosi oživljavanju lokalnih umjetnosti i obrta te arhitektonske tradicije.

S druge strane, brojni su i negativni sociokulturni učinci turizma, i to:

- Migratorni pritisci na turistička područja, posebno obalna, te s tim povezana depopulacija ruralnih i slabije razvijenih područja.
- Povećani porezni pritisak radi izgradnje turizmu potrebne infrasturkture izaziva brojne socio- ekonomske posljedice.
- Prtitisak porasta cijena u turističkim područjima (inflacija).

Osim navedenih uobičajenih negativnosti koje turizam svojim razvojem i djelovanjem izaziva, postoje i brojni specifični oblici negativnih sociokulturnih utjecaja turizma koji se manifestiraju u sljedećim područjima:

- Seksualne devijacije (prostitucija, pedofilija, pornografija, širenje prenosivih bolesti).
- Kriminal (porast krađa, prijevare, alkoholizam i drogiranje, ubojstva i silovanja).
- Zdravlje (zbog velikog broja turista povećana mogućnost epidemija raznim zaraznim bolestima).

2.2. Otoci kao specifične turističke destinacije

Razvoj turizma u najužem je smislu riječi vezan uz konkretan prostor čija obilježja i resursi (prirodni i/ ili društveni) imaju određenu privlačnost za turiste. Na takvim prostorima ističu se određena mjesta koja su, upravo zbog svoje privlačnosti počela ostvarivati intenzivniji promet posjetitelja (turista) kao i turističku potrošnju, što je, pak, dovelo do veće orijentacije lokalnog stanovništva na bavljenje turizmom (Petrić, 2011; prema Soffield, 2003). Takva mjesta nazivana su „turističkim mjestima“. Iako se posljednjih godina u teoriji i praksi udomaćio pojam turistička destinacija, kao sinonim za prostor, odredište turističkog putovanja i boravka, pojam turističkog mjesta nije nestao već je dobio jedno novo značenje. Petrić (2011; prema Soffield, 2003) navodi kako danas većina zemalja s razvijenim turizmom usvojila destinacijski koncept umjesto koncepta turističkog mjesta kao temeljne jedinice ponude, smatrajući da suvremenog turista više ne zadovoljava ponuda jedne usko definirane i sadržajno unificirane prostorne jedinice kao što je mjesto (bez obzira na njegovu površinu).

Harrison (2004.) uočava sve naglašeniji interes turista za otočne destinacije što opravdava karakteristikama otoka kao što su jedinstvena kultura i prirodna staništa. Otočne destinacije pružaju za posjetitelje bogat i jedinstven doživljaj života otočnog stanovništva. Međutim,

razvoj infrastrukture i snažnija prometna povezanost dodatno je pridonijela povećanju broja turista na otocima (Lockart, 1997.). Izraženije trendove posjeta i boravka turista u otočnim destinacijama potvrđuje i Baldacchino (2012.), u radu ističe kako su otoci percipirani kao mjesta na kojima je moguće opuštanje i koja omogućuju pojedincu da se opusti odnosno da zaboravi na stresnu svakodnevnicu, što dovodi da milijuni turista posjećuju otoke svake godine, a oni materijalno imućniji kupuju nekretnine. Hall (2010.) dodaje kako atraktivnost otočnih destinacija privlači veliki broj turista te da taj broj često premašuje broj njihovih stalnih stanovnika. Nadalje, naglašava kako povećani dolazak posjetitelja uz suočenost s naglašenom ograničenošću resursa stvara povećani pritisak na ekološka i sociokulturna obilježja turističkog receptivnog područja. Veći stupanj osjetljivosti otočne destinacije na nepovoljne sociokulturne i ekološke utjecaje nalaže održivu, društveno odgovornu strategiju upravljanja turizmom kako bi se negativne implikacije turizma smanjile, a koristi održanog turizma naglasile.

Većina otoka su mali i nenaseljeni; mnogi od njih se sastoje od nekoliko malih zajednica sa ne više od nekoliko stotina do nekoliko tisuća stanovnika. Postoje i otoci koji predstavljaju nezavisne mikro države sa nešto manje od milijun ljudi (Mauricijus, Malta, Bahami i sl). Međutim, bez obzira na veličinu otoka, njihova gospodarstva imaju sljedeće karakteristike: ona su mala, izolirana i slaba, orijentirana tradicionalno poljoprivredi i ribarstvu. Uzimajući u obzir tu činjenicu, ne čudi da je većina otoka prihvatila turizam kao rijetku i jedinstvenu razvojnu mogućnost. Turizam je, u gospodarskom smislu, važniji za otoke nego što je to slučaj s kopnenim destinacijama. Njegov utjecaj je i veći na otocima i otočnim zajednicama nego što je u većim kopnenim destinacijama. S obzirom na njihovo krhku prirodnu osnovicu, sociokulturno okruženje i pritisak koji turistički razvoj postavlja na njihove ekonomije, okoliš i ljude, postizanje održivog razvoja turizma je glavni izazov s kojima se suočavaju (Petrić i Pranić, 2010.)

2.2.1. Obilježja otoka u svjetlu njihove turističke privlačnosti

Obilježja turističke destinacije su elementi koji određuju atraktivnost turističke destinacije, tj. motiviranost turista da se odluče posjetiti konkretnu destinaciju. Prema Ritchie i Chrouch (2005.) turistička atrakcija se definira kao element koji privlači turista na određenu destinaciju. Budući da je velik broj turističkih atrakcija, javlja se potreba za sistematizacijom

obilježja destinacije pa Krešić (2007.) ističe kako se ovisno o stupnju homogenosti koju atrakcije pokazuju, razvijaju faktori atraktivnosti. Teorija poznaje *opće*, što uključuje zemljopisna i klimatska obilježja destinacije i *posebne faktore* koji su specifični za konkretnu destinaciju. UNWTO, 1993. godine objavljuje destinacijske faktore koje dijeli na: prirodne turističke resurse, kulturno-povijesnu baštinu turizma, klimatske uvjete, infrastrukturu te turističke usluge i sadržaj. Bitno je istaknuti kako iznesena podjela obilježja destinacije nije jednoznačna, te da kod različitih autora nailazi na varijacije. Prilikom planiranja razvoja turizma i osmišljavanja turističkog sadržaja posebna pažnja se posvećuje na turističku atrakcijsku osnovu koja je temelj konkurentske prednosti destinacije.

Turistička atrakcijska obilježja odnosno kako se u literaturi često nazivaju resursi turističke destinacije, nisu jednaki kada se uspoređuje otok i kopno. Temeljna karakteristika otoka je prostorna površina okružena vodenim površinama, koja svojom veličinom bitno zaostaje za destinacijama smještenim na kopnu. Usporedba brojnosti stanovništva otoka i kopna bitno se razlikuje u korist kopnene površine gdje je broj stanovnika znatno veći. Prostorna ograničenost i smanjeni broj stanovništva otočnog područja čini isto ograničenim u kapacitetu privređivanja. Prema Rajotte (1982.) temeljni proizvodni resursi (ljudi, zemljište, voda i energija) su ograničeni u usporedbi s kopnenim destinacijama, što ukazuje na ograničenost otočnog tržišta. Slično iznosi Pearce (1997) koji tvrdi kako klima i geografska izolacija nanose štetu ekonomskoj dobrobiti otoka. Okruženost vodenim površinama bitno otežava pristup otoku što uzrokuje povećane troškove življenja na otoku. Nadalje Farrell (1985.) i Sharpley (2001.) ukazuju kako nedostatak pristupačnosti može uzrokovati, više troškove prijevoza, smanjenje posjetitelja, nedostatak pitke vode, visoke cijene proizvoda i usluga te probleme kod pružanja javnih usluga. Međutim, Graci i Dodds (2010.) upravo u tome vide prednost otoka, a to je osjećaj privatnosti koju je mnogo teže ostvariti na kopnenim destinacijama i koja razvija konkurentsku prednost. Potonje privlači širok spektar međunarodnih turista. Zaključuje se kako izoliranost otoka određuje razmjere u kojima se otočni turizam razvija te da određuje socioekonomsku strukturu.

Obilježje otoka je ovisnost o manjem broju gospodarskih djelatnosti, najčešće se stanovništvo bavi poljoprivredom, ribarstvom, što je dominiralo prije razvoja turizma, i danas turizmom. Ograničena zastupljenost gospodarskih djelatnosti ima značajan utjecaj na sposobnost stvaranja atraktivnog sadržaja destinacije odnosno kreiranja konkurentne turističke ponude (Poetschke, 1995.). Međutim, otočne destinacije koje su privredno nerazvijene, u pravilu

imaju komparativnu prednost ekološke i sociokulturne očuvanosti, stav iznose Stylidis i Terzidis (2007.). Netaknute plaže, čisto more i atraktivna klima naglašavaju intimnu vezu između kopna i mora koji okružuju otoke te su nesumnjivo glavne prirodne znamenitosti otoka .Međutim, za turiste su važni i nematerijalni aspekti otoka - osjećaj udaljenosti, isključivosti i izoliranosti, tradicije. Dok kopnena obalna odmarališta mogu biti mjesta na margini turističkog interesa, fizičko odvajanje otoka od kopna, otoke stavlja daleko „iza margina“. Kako navode Sheller i Urry (2004.) Otoci su mjesta koja privlače turiste prilikama za hedonizmom, zaigranosti, bijegom od svakodnevnog života.

2.2.2. Utjecaj turizma na otočno stanovništvo

Razvoj turizma može imati i pozitivne i negativne utjecaje na lokalno stanovništvo. Percepcija utjecaja turizma se može podijeliti u slične kategorije, pozitivnih i negativnih utjecaja. Među pozitivnim utjecajima je vjerovanje da turizam može dati ekonomske koristi za lokalno stanovništvo i mala poduzeća, stvarati mogućnosti za zapošljavanje, povećati životni standard, osigurati više parkova i rekreacijske površine. S negativne strane, vjeruje se da turizam može uništiti prirodni okoliš, uzrokovati prometne gužve, buke i zagađenja zraka, povećanje cijene roba i usluga i povećati vrijednost nekretnine (Marzuki, 2011.)

Otoci, kao izvanredan spoj prirode i umjetničkih djela, tradicionalno su popularne turističke destinacije. S obzirom na krhki okoliš i pritisak koji turistički razvoj predstavlja na gospodarstvo otoka, okoliš i ljude općenito, postizanje održivog razvoja turizma je glavni izazov s kojima se suočavaju otoci (Petrić, 2010.). Ipak, malo je istraživanja provedeno s naglaskom na razumijevanje stavova stanovnika malih otoka za turizam i njegovih učinaka na stanovništvo. Utjecaj turizma na razvoj otoka, koje karakterizira izoliranost i ograničenost resursa, ne pokazuje jednoznačnost, štoviše riječ je o utjecajima koji su složeno izmiješani i u konačnom efektu utjecaja (neto efektu) na otok i otočno stanovništvo teško razumljivi. Stylidis i Terzidis (2007.), ističe glavne probleme s kojima se suočava otočno stanovništvo uslijed prihvaćanja turizma kao načina privređivanja. Naime, ekonomska održivost teško je provediva uslijed pritiska turističke potražnje na autohtono stanovništvo, čiji se broj bitno mijenja, te na očuvanost okoliša na čijoj osnovi je temeljena izvrsnost otočnog turističkog sadržaja. Unatoč nužnosti, otočni turizam se razmatra kroz negativne ekonomske,

sociokulturne i ekološke utjecaje koji su predmetom sve većeg broja studijskih analiza, a sve u cilju dostizanja održivog turističkog koncepta.

Razvoj turizma na većini otoka dolazi kao prirodna posljedica, budući da je sužen ekonomski izbor djelovanja stanovništva. Posljedica uključenosti u turističke tokove ogleda se kroz poboljšanje životnog standarda otočnog stanovništva. Weed i Bull (1997.) zagovaraju potonju tvrdnju te na turizam gledaju kao na rješenje oskudnom otočnom životu, dodatno turizam promatraju kao temeljni čimbenik zaokreta trenda iseljavanja otočnog stanovništva. Isti stav zauzima Croes (2005.) koji tvrdi kako manje sredine kakvi su otoci, upravo zbog svojih karakteristika, turizam trebaju koristiti kao pokretač gospodarskog rasta. Ekonomske koristi nisu jedini doprinos pojave turizma na otocima. Briguglio i Briguglio (1996.) ističu kako turizam potiče lokalnu umjetnost i obrt te da poboljšava javnu uslugu. Dann (1996) u svojoj studiji o utjecaju turizma na otok Svetu Luciju[1], definira turizam kao katalizator razvoja lokalne kulture. Prirodna očuvanost temeljna je komparativna prednost otočnih destinacija stoga ne čudi da razvoj turizma doprinosi razvijanju mjera zaštite prirode. No, uslijed rasta broja turističkih dolazaka uvođenje pozitivnih zaštitnih mjera očuvanja prirode nisu dovoljne.

Turizam osim, naglašeno, pozitivnog doprinosa na revitalizaciju gospodarstva, stvara štetni utjecaj, kako to navode Stylidis i Terzidis (2007.), turizam nije lijek za sve probleme otoka. Opći problem proizlazi iz kapaciteta otoka da podnese pritisak povećanog broja dolazaka turista. Sharpley (2001.) navodi kako mala površina, udaljenost od gradskog središta i izoliranost, ograničena ekonomska baza i nedostatak resursa naglašavaju negativne učinke turizma. McElroy i Albuquerque (1998) u svoj rad uključuju analizu Karipskog otočja, te zaključuju kako turističke destinacije tokom vremena, a uslijed gomilanja ukupnog broja dolazaka turista žrtvuju socijalnu komponentu te ugrožavaju prirodu. Latimer (1985.) tvrdi da turizam preuzima resurse autohtonim gospodarskim djelatnostima kao što su ribarstvo i poljoprivreda. Porast cijena nekretnina javlja se kao posljedica povećanog dolaska turista, ali porast je popraćen i kod cijena potrošačkih dobara, time život na otoku postaje teže održiv te se sve veći broj lokalnog stanovništva odlučuje na odlazak s otoka. Da turizam nema isključivo doprinos na ekonomskom planu ističe Sharpley (2001.), gdje ukazuje kako otočne ekonomije često postaju ovisne o turističkom sektoru koji je pod kontrolom inozemnih turoperatora, prijevozničkih kompanija i hotelskih lanaca, a u literaturi je poznata pod pojmom „neokolonizacija“. Velika ovisnost otočnog područja o turizmu stvara problem

[1] Sveta Lucija je otočna država na granici Karipskog mora i Atlantskog oceana. Pripada skupini Malih Antila.

sezonske osjetljivosti pa otočno stanovništvo u mjesecima turističkih dolazaka obiluje prilikama zapošljavanja, a preostale mjesece stanovništvo teže dolazi do zaposlenja. Lokalno stanovništvo intenzivno radi tijekom povećanog dolaska turista (sezone), zanemaruje društveni i obiteljski aspekt života, a kulturne i vjerske običaje maje prakticira. Postavlja se pitanje na koji način otok, za kojeg se ističe smanjeni kapacitet resursa, uspijeva opslužiti potrebe gostiju. Odgovor se pronalazi u uvozu dobara, time se uočava nedostatak ovisnosti o uvozu dobara uslijed povećanja broja gostiju. Što se tiče sociokulturnih utjecaja turizma, nastupa društvena polarizacija te inflacija društvenih vrijednosti, što uz porast troškova života stvara najveće probleme.

Razvoj turizma najčešće je u suprotnosti sa zaštitom autohtonog, jer podrazumijeva modernizaciju, urbanizaciju i promjenu kulture (Coccosis, 1987). Conlin i Baum (1995.) ističu fenomen prema kojem kultura lokalnog stanovništva poprima sve veću sličnost sa kulturom svojih posjetitelja. Kao posljedica, smanjuje se važnost vlastite kulture i običaja, a komercijalizacija povijesti i kulturne tradicije neizostavna je posljedica. Turizmu se pripisuje i povećana razina kriminala (Stylidis i Terzidis, 2007.) Jedna od najpopularnijih tema u otočnom turizmu je utjecaj turizma na otočni okoliš i mnoge studije poput Ioannides et al., (2001.) i Riley (1995.) su usmjerene na probleme okoliša uzrokovane turizmom. Turizam vrlo često uništava mir i ljepotu otoka. Štetni utjecaji turizma imaju veći utjecaj na otočnim lokacijama nego na kopnenim dijelovima. Krhkost njihovih ekosustava nastaje kao rezultat niske razine otpornost na vanjske utjecaje.

2.3. Turizam u funkciji razvitka hrvatskih otoka

Hrvatski otoci bogatstvo su Jadranske obale koja se ističe kao jedna od najrazvedenijih obala Mediterana. Prema podacima Hrvatskog hidrografskog insittuta, broj otoka, otočića, hridi i grebena iznosi 1.244 (602 otoka i otočića; 642 hridi i grebena), te zauzimaju s pripadajućim akvatorijem više od trećine državnog teritorija. Zbog obalne razvedenosti otoci imaju više obale od kopna. Dužina kopnenog dijela obale iznosi 1.880 km, a dužina otočnog dijela obale iznosi 4.398 km. Obično se dijele na istarsku, kvarnersku, sjevernodalmatinsku, srednjodalmatinsku i južnodalmatinsku skupinu.

Tablica 4: Pregled pet najznačajnijih hrvatskih otoka s obzirom na broj stanovnika i njihovu površinu

Otok	Broj stanovnika	Površina u km^2	Gustoća naseljenosti po km^2
Krk	17860	405,78	44,0
Korčula	16182	276,03	58,,6
Brač	14031	394,57	35,6
Hvar	11103	299,66	37,1
Rab	9480	90,84	104,4

Izvor: Hrvatski zavod za statistiku

Prema podacima Hrvatskog zavoda za statistiku temeljeni na popisu stanovnika iz 2011. godine, ukupan broj otočnog stanovništva iznosi 122.418, a naseljavaju ukupno 48 otoka. Površinom najveće otočne skupine, očekivano, bilježe najveći broj otočnog stanovništva. U svojoj tisućljetnoj naseljenosti hrvatski otoci bili su razvijene sredine koje nisu bile suočene s problemom negativnog prirodnog prirasta te narušene starosne strukture. U novije doba kako to ističe Nejašmić (2013.), posebice tijekom 20. stoljeća, hrvatski otoci došli su na rub društvenog interesa. Isti autor na temelju uvida u demografsku statistiku zaključuje kako je riječ o snažnoj depopulaciji, procesu koji je nastupio početkom 20. stoljeća. Kao glavni uzrok prirodne depopulacije hrvatskih otoka, uz smanjenu stopu fertiliteta, ističe se sužena mogućnost privređivanja koja stvara snažan emigracijski impuls. Faričić i Magaš (2004.) vremenski točnije određuju početak procesa depopulacije te tvrde kako su negativni demografski procesi započeli 1921. godine uslijed agrarne prenapučenosti, deagrarizacije te krize pojedinih poljoprivrednih djelatnosti. Zaključuju, kako za formiranje ukupne depopulacije, sve do 60-ih godina, presudna ulogu igra emigracijska depopulacija, dok se nakon tog razdoblja njoj pridružuje i prirodna depopulacija. Prema Nejašmić (1991) iseljavanje je glavni čimbenik depopulacije, a tvrdi da odlazak mladeži poprima obilježje egzodusa. Danas je otočje uslijed nepovoljnih demografskih procesa, uz brdsko-planinske krajeve, populacijski najslabije područje Hrvatske što je u suprotnosti stvarnom potencijalu hrvatskog otoka. Razvojem suvremenog turizma i porastom društvene svijesti o zaštiti okoliša otočje ponovno izbija u prvi plan kao jedan od najvrednijih dijelova nacionalnog prostora. Sukladno tome poraslo je i zanimanje društva za otočnu problematiku, a posebnu pozornost stručne i šire javnosti zaokupljaju demografska stanja i procesi. U nastavku se iznosi pregled kretanja broja stanovništva na hrvatskim otocima od 1948. do 2011. godine.

Tablica 5: Pregled kretanja broja stanovništva na hrvatskim otocima (1948. – 2011.)

Otok	Položaj	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2001.	2011.	Stopa promjene 1991./1948.	Stopa promjene 2011./1948.
Krk	PO	17.689	16.820	14.548	13.110	13.334	16.402	17.860	19.383	-7,3	9,6
Rab	U	7.230	7.757	7.849	8.041	8.496	9.205	9.480	9.328	27,3	29,0
Cres	U	6.826	4.945	4.373	3.536	3.176	3.238	3.184	3.079	-52,6	-54,9
Lošinj	V	5.449	5.163	5.654	5.785	6.688	8.134	7.771	7.587	49,3	39,2
Unije	V	457	402	273	113	85	81	90	88	-82,3	-80,7
Susak	V	1.629	1.434	1.199	323	247	188	188	151	-88,5	-90,7
V. Srakane	V	119	109	92	17	16	9	8	3	-92,4	-97,5
M. Srakane	V	49	56	17	2	2	1	2	2	-98,0	-95,9
Ilovik	V	393	399	346	213	147	145	104	85	-63,1	-78,4
Kvarnerski otoci		**39.841**	**37.085**	**34.351**	**31.140**	**32.191**	**37.403**	**38.687**	**39.706**	**-6,1**	**-0,3**
Pag	PO	9.188	9.160	8.568	7.896	7.457	7.969	8.398	9.059	-13,3	-1,4
Vir	PO	1.072	1.120	1.069	959	866	860	1.608	3.000	-19,8	179,9
Premuda	V	320	273	213	152	98	73	58	64	-77,2	-80,0
Silba	K	514	444	397	339	198	221	265	292	-57,0	-43,2
Olib	K	914	805	585	569	226	714	147	140	-21,9	-84,7
Ist	V	552	544	495	412	299	237	202	182	-57,1	-67,0
Molat	V	977	930	771	547	301	222	207	197	-77,3	-79,8
Sestunj	K	382	373	322	354	96	123	48	48	-67,8	-87,4
Rivanj	U	99	103	79	55	30	20	22	31	-79,8	-68,7
Vrgada	U	538	513	449	408	311	236	242	249	-56,1	-53,7
Zverinac	K	158	161	153	146	96	59	48	43	-62,7	-72,8
Iž	K	2.182	2.034	1.638	1.301	768	657	557	615	-69,9	-71,8
Rava	K	411	371	305	234	147	120	98	117	-70,8	-71,5
Dugi otok	V	4.670	4.579	4.093	3.919	2.250	2.873	1.772	1.655	-38,5	-64,6
Pašman	U	4.310	4.223	3.761	3.730	3.197	3.349	2.711	2.845	-22,3	-34,0
Ugljan	U	10.413	10.346	10.159	9.817	6.774	7.518	6.164	6.049	-27,8	-41,9
Ošljak	U	139	125	93	64	27	65	18	29	-53,2	-79,1
Zadarski otoci		**36.839**	**36.104**	**33.150**	**30.902**	**23.141**	**25.316**	**22.565**	**24.615**	**-31,3**	**-33,2**
Prvić	U	1.883	1.848	1.567	1.027	635	544	453	403	-71,1	-78,6
Zlarin	U	896	914	920	635	399	359	276	284	-59,9	-68,3
Krapanj	U	1.329	1.362	1.206	1.040	263	362	237	170	-72,8	-87,2
Žirje	V	766	720	506	336	209	160	124	103	-79,1	-86,6
Kaprije	K	659	588	488	310	172	130	143	189	-80,3	-71,3
Kornati	V	0	0	6	0	0	3	7	19	-	-
Murter	PO	6.159	6.017	5.470	5.616	4.618	5.092	5.060	4.895	-17,3	-20,5
Šibenski otoci		**11.692**	**11.449**	**10.163**	**8.964**	**6.296**	**6.650**	**6.300**	**6.063**	**-43,1**	**-48,1**
Drvenik	U	908	878	729	469	229	145	168	150	-84,0	-83,5
Ploča	U	287	307	281	202	111	56	54	87	-80,5	-69,7
Biševo	PO	193	147	114	56	12	14	19	15	-92,7	-92,2
Sv. Andrija	PO	56	64	48	10	1	2	1	0	-96,4	-100,0
Šolta	U	3.060	3.031	2.735	2.098	1.470	1.448	1.479	1.700	-52,7	-44,4
Brač	U	14.664	14.721	14.227	12.893	12.715	13.824	14.031	13.956	-5,7	-4,8
Hvar	K	12.611	12.721	12.147	11.390	11.224	11.459	11.103	11.077	-9,1	-12,2
Vis	PO	7.230	7.643	6.834	4.970	4.121	4.338	3.617	3.445	-40,0	-52,4
Palagruža	PO	6	36	8	13	0	7	0	0	16,7	-100,0
Čiovo	PO	2.281	2.409	2.532	2.196	2.223	3.142	5.387	5.908	37,7	159,0
Splitski otoci		**41.296**	**41.957**	**39.655**	**34.297**	**32.106**	**34.435**	**35.859**	**36.338**	**-16,6**	**-12,0**
Korčula	U	17.853	19.016	17.949	18.347	16.143	17.038	16.182	15.522	-4,6	-13,1
Šipan	U	944	945	838	683	544	500	436	419	-47,0	-55,6
Lopud	U	387	422	416	399	377	348	269	249	-10,1	-35,7
Koločep	U	251	269	243	207	144	148	174	163	-41,0	-35,1
Mljet	U	2.086	2.054	1.963	1.638	1.395	1.237	1.111	1.088	-40,7	-47,8
Lastovo	P	1.738	1.721	1.449	1.210	962	1.221	835	792	-29,7	-54,4
Dubrovački otoci		**23.259**	**24.427**	**22.858**	**22.484**	**19.565**	**20.492**	**19.007**	**18.233**	**-11,9**	**-21,6**

HRVATSKI OTOCI	**152.927**	**151.022**	**140.177**	**127.787**	**113.299**	**124.296**	**122.418**	**124.955**	**-18,7**	**-18,3**

Izvor: Faračić, J., Mirošević, L., Graovac Matassi, V., (2013), Utjecaj depopulacije na kulutnu baštinu hrvatskih otoka,, Migracijske i etničke teme 29 (2013), 3: 405–431, Zagreb

Dinamičniji razvoj turizma na području Hrvatske počinje ranih 1960-ih godina kad su mjerama fiskalne politike potaknuta veća ulaganja u turističke kapacitete, a porast životnog standarda domaćeg stanovništva i liberalizacija prelaska preko granica omogućili porast prometa domaćih i inozemnih turista. U prvoj fazi turistički „boom“ jače je zahvatio obalni dio primorja koji je prometno bolje povezan sa zaleđem i međunarodnim prometnim pravcima. Za razliku od obalnog dijela, jadranski otoci postaju turistički zanimljiviji tek u zadnjih petnaestak godina zbog uspostave većeg broja trajektnih linija i izgradnji otočne infrastrukture. Dostupniji i opremljeniji osnovnom komunalnom infrastrukturom (prije svega vodovodom, cestama), otoci postaju sve privlačniji turistički resursi, čime se potiču i financijska ulaganja u otočni turizam i smještajne kapacitete. Mikačić (1993.) ističe doprinos turizma u pogledu stvaranja prilike za zaradom izvan tradicionalnih otočnih zanimanja kao što su poljoprivrede, ribarstvo i pomorstvo. Turizam je uvjetovao pojačano zapošljavanje lokalnog stanovništva u turističko-ugostiteljskoj djelatnosti koja se na mnogim malim otocima uglavnom oslanja na privatni sektor. Turizam je danas vodeća gospodarska grana na hrvatskim otocima te je značajno pridonio ekonomskom razvoju otoka. Taj je doprinos višestruk, a očituje se, najviše, u zaposlenju radne snage, razvoju ugostiteljstva, širenju tržišta poljoprivrednih proizvoda i ribe, prometu te nizu infrastrukturnih funkcija i djelatnosti (Defilippis, 2001.). Iako su mnogi od naseljenih hrvatskih otoka nekada bili samoodrživi zbog poljoprivrede odnosno ribolova, zbog globalizacije gospodarstva, važnost tradicionalnih djelatnosti stavljena je „u drugi plan“. Otočani su se tada okrenuli prema turizmu doživljavajući ga kao panaceju. Međutim, turizam se ne može shvatiti kao čarobni lijek koji može izliječiti umiranje otočne ekonomije. Turizam može doprinositi, ali zbog sezonskog karaktera, viših troškova razvoja i cijena koje su veće u odnosu na kopnene destinacije, gospodarski učinci turizma su ograničeni, te se iz tog razloga na turizam ne može gledati kao na jedinu osovinu razvoja otočne zajednice. Gospodarska nerazvijenost te nepovoljni demografski procesi našim otocima uvjetno su rješivi razvojem turističke djelatnosti na otocima. Kako ističe Grgona (2002.) Prihvaćanje strategije razvoja otoka temeljene na turizmu, održiva je jedino u slučaju poštivanja potreba lokalnog pučanstva i očuvanja prirodnog resursa. Stoga, se kao razvoj turističke djelatnosti treba uvjetovati društveno odgovornim postupanjem koje će poštovati lokalnu autohtonost i očuvanost prirode.

3. ULOGA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U RAZVOJU TURIZMA DESTINACIJE

3.1. Pojam lokalne zajednice

Pokušaji definiranja zajednice pokazali su da nema jedne istine o tome što je zajednica te su uglavnom slijedili kriterij empiričnosti ili normativnosti. U deskriptivnom smislu distinkcija se može povući između zajednice u smislu lokalnosti, i zajednice u smislu njezinih obilježja ili interesa. U povijesnom smislu predindustrijske zajednice u kojima ljudi žive bile su male po prostoru, često ruralne, a ljudima su davale jednake mogućnosti za stvaranje socijalnih interakcija. Urbani razvoj i industrijalizacija počeli su mijenjati okolnosti. Pojam lokalne zajednice označava skupinu pojedinaca koji su u interakciji unutar svoje neposredne okoline. Tipična lokalna zajednica se sastoji od institucija (tijela koja donose odluke), poslovnih subjekata i stanovnika, kao i njihove interakcije koje mogu uključivati dijeljenje resursa, informacije i pomoć, kao i uspostavljanje poslovnih odnosa između lokalnih poduzetnika i potrošača. Prema Tonnies (2001.) unutar lokalne zajednice postoje intimni međuljudski odnosi temeljeni na jasnom shvaćanju pozicije svakog člana društva. U zajednici postoje osebujni sentimenti koji uključuju usku i trajnu lojalnost mjestu i ljudima. Na taj način zajednica potiče imobilnost i otežava čovjeku postizanje drugog statusa na temelju njegovih zasluga. Članovi zajednice relativno su imobilni u fizičkom i socijalnom smislu; pojedinci niti ne putuju daleko od svog mjesta rođenja niti se dižu na socijalnoj hijerarhiji. Kultura zajednice je relativno homogena, moralni običaji zajednice, obitelj i crkva veoma su čvrsti i internalizirani.

Kada se govori o lokalnoj zajednici, valja istaknuti da ona uz teritorijalna obilježja (tj. područje koje obuhvaća neki dio grada, čitav grad ili selo) podrazumijeva i psihološko-socijalna obilježja (postojanje funkcionalnih i psiholoških veza među ljudima u jednoj zajednici). Te se veze temelje na zadovoljavanju socijalnih potreba koje su svima zajedničke, zajedničkim interesima, temeljnim vrijednostima kojima se u životu vode pripadnici zajednice, normama ponašanja, ali i osjećanju pripadnosti toj zajednici.

Sociolog Emile Durkheim je naglašavao je da funkcionalna (lokalna) zajednica nužna pretpostavka društva jer bi pojedinac bez nje bio potpuno otuđen od države te bi se društvo raspalo. Kad se govori o lokalnoj zajednici, riječ je o razini zajednice koja je dovoljno bliska pojedincima i različitim grupama da u međusobnom dogovaranju ili pregovaranju mogu

zadovoljavati konkretne potrebe jer vide mogućnost svojeg izravnog djelovanja. Djelovanje može biti različitog oblika; od izbora lokalne samouprave (vlasti) do samoorganiziranja za vođenje socijalne akcije.[2]

Da bismo razumjeli sadašnju široku uporabu izraza „zajednica“, treba razumjeti što čini „zajednicu“. Većina literature definira zajednicu kao male prostorne jedinice, homogenu društvenu strukturu sa zajedničkim normama i zajedničkim interesima. Iako literatura o razvoju turizma zaključuje da je lokalna zajednica ključna za razvoj održivog turizma, rijetko se posvećuje pozornost u analizi koncepta zajednice. Scherl i Edwards (2007.) opisuju lokalne zajednice kao skupine ljudi sa zajedničkim identitetom koji mogu biti uključeni u niz srodnih aspekata zarade. Zajednica se odnosi na skupinu pojedinaca koji žive ili rade u istom zemljopisnom području ili s nekim dijele zajedničku kulturu ili zajedničke interese. Ova geografska definicija zajednice je važna u razumijevanju kako je razvoj zajednice povezan s turizmom i kako zajednica pridonosi razvoju turizma. Muganda et al (2013.) zajednicu definiraju kao skup višestrukih dionika s formalnim i neformalnim pravilima i normama koje oblikuju njihove interakcije u procesima na lokalnoj razini.

3.2. Lokalno stanovništvo i turizam

Potpora zajednice za razvoj turizma potrebna je u dostizanju komercijalne, sociokulturne, fiziološke, političke i ekonomske održivosti industrije stoga se smatra kako lokalno stanovništvo predstavlja ključnog dionika u planu razvoja turizma određene lokacije. Kao što u ranijem dijelu ovog rada navedeno turizam može stvoriti pozitivne i negativne utjecaje po stanovnike, a stvaran utjecaj često je isprepleten čija se konačna vrijednost teško može tvrditi. Jelinčić (2006.) tvrdi kako utjecaj može biti dvojak, tako navodi primjere pozitivnih eksternalija turizma na lokalnu zajednicu: promicanje samosvijesti, jačanje ponosa, naglašenija solidarnosti i razvijen osjećaj pripadnosti među lokalnim stanovništvom. Nadalje, ističe negativne utjecaje turizma na lokalnu zajednicu kao što je stvoren osjećaj zauzimanja vlastitog prostora te netrpeljivost prema turistima u vlastitom okruženju. Percepcija lokalnog stanovništva o stvarnim koristima turizma na lokalnu zajednicu, a u konačnici stvarna promjena u pogledu kvalitete života lokalnog stanovništva odredit će stupanj prihvaćanja turizma kao načina privređivanja odnosno stupanj uključenosti lokalnog stanovništva u razvoj

[2] http://www.odraz.hr/hr/nase-teme/pojmovnik?page=2 (preuzeto 04.02.2016)

i upravljanje turističkim sadržajem. Rudan (2012.) dodatno navodi kako različitost prihvaćanja turista u svojoj okolini, tj. spremnost lokalnog stanovništva da se uključi u razvoj i upravljanje turističkim sadržajem, ovisi prije svega o distribuciji turista na određenom teritoriju pa prije svega postoji razlika je li se npr. turistički razvoj odvija u povijesnom gradu koji je pod stalnim udarom zainteresiranih ili području koje nije prenapučeno dolascima turista. Svakako da je i tada različit intenzitet utjecaja koje turizam može imati na lokalno stanovništvo i da su različite posljedice takvih pojava u turističkim sredinama. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja. Prema Boranić, Živoder, Tomljenović i Čorak (2011) stanovnici prepoznaju raspon pozitivnih i negativnih efekata turističkog razvoja, ali stupanj do kojeg su spremni tolerirati negativne efekte ovisi o njihovoj uključenosti u turističko privređivanje, duljinu stanovanja u destinaciji i njihovoj izloženosti turističkom prometu u svakodnevnom životu.

Beeton (2006.) ukazuje na rad Doxeya koji uočava jednostavan skup faza s kojima se opisuje percepcija i uključenost lokalne zajednice na povećanje broja posjetitelja u destinaciji. U ranim fazama turizma, lokalna zajednica je euforična, domaćini su ljubazni jer su svjesni ekonomske i društvene koristi koje im turizam može donijeti. U fazi apatije raste broj posjetitelja u destinaciji, veze između domaćina i turista postaju neformalne, a na turiste se gleda samo kao izvor novca. U sljedećoj fazi destinacija polako dolazi do „točke zasićenja“ .U završnoj fazi Doxey-evog modela, domaćini na turiste gledaju kao na „izvor zla“. Priroda razmjene i interakcije između dviju strana, s jedne strane lokalno stanovništvo, a s druge strane turisti, može biti različita s obzirom na kulturna obilježja, socioekonomska obilježja te brojnost populacije domicilnog stanovništva. To je posebno vidljivo u turizmu u manje razvijenim zemljama, marginalnim ili autohtonim zajednicama u kojoj posjetitelji imaju višu razinu visokog obrazovanja i prihoda od zajednica u kojima borave. Takve nejednakosti mogu se koristiti na konstruktivan način zajednica, ali češće dolazi do onoga što je poznato kao „akulturacija“. „Akulturacija„ se odnosi se na socijalne razmjene. To se može dogoditi kada se jedna kultura (manje dominantna) počinje služiti i koristiti elemente druge kulture kao rezultat njihove razmjene. S tim u vezi također je, poznat i „demonstracijski efekt“ gdje mještani žele da posjeduju elemente modernog zapadnog društva te primjenjuju na sebe ponašanje turista. Rezultati akulturacije su posebno vidljivi manje u razvijenim zemljama, ali akulturacija se javlja do neke mjere u gotovo svim zajednicama koje imaju neki oblik turizma

ili migracije. Najgori slučaj je kada je kultura postane potpuno podređena dominantnoj strani jer se tada gubi ono što su turisti željeli doživjeti posjetom određene destinacije.
U konačnom, zanimljivo je istaknuti zaključak Rudan (2012.) kako lokalno stanovništvo predstavlja ključnu interesnu skupinu u razvoju turizma, budući da na temelju prihvaćanja odnosno odbijanja turističkog razvoja i stvaranja turističkog proizvoda ovisi i budućnost turističkog proizvoda receptivnog područja. Lokalno stanovništvo će sukladno zadovoljstvu proizašlom iz turističkog razvoja pokazivati uključenost te stvaranje doprinosa u planu razvoja turizma, a zadovoljstvo lokalnog stanovništva prije svega je uvjetovano kvalitetom života.

3.2.1. Upravljanje razvojem turizma i uloga lokalne zajednice

Prema autorima Weihrich i Koontz (1993.), upravljanje se može definirati kao „proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojem pojedinci, radeći zajedno u skupinama efikasno ostvaruju odabrane ciljeve. Prilikom upravljanja turističkim razvojem destinacije potrebno je uzeti u obzir prijedloge te prihvatiti inicijativu lokalnog stanovništva jer se jedino na taj način stvara sustavan i kvalitetan pristup razvoja turizma. Prema Rudan (2012.) uključivanje lokalnog stanovništva prilikom definiranje potreba i potencijala destinacije odnosno stvaranje vizije, a pritom korištenje entuzijazma lokalnog stanovništva, stvara se ponudu koja razumje potrebe lokalnog područja. Kao rezultat takvog pristupa postiže se održivost upravljanja turističkim sadržajem turističke destinacije. Održivost pretpostavlja uspješno upravljanje s pojavom negativnog stava stanovništva čija prisutnost otežava izgradnju destinacije u turističkom smislu. Prema Dulčić i Petrić (2001.) planiranje turističkog razvoja na lokalnoj razini treba biti temeljeno na općim razvojnim ciljevima i prioritetima koje određuje lokalno stanovništvo. Nadalje, treba biti usklađeno s planovima razvoja ostalih aktivnosti, a koje nisu turističke naravi. Međutim, uspjeh razvoja turizma funkcija je niza međuzavisnih komponenti, gdje Magaš (2008.) ističe: zadovoljstvo turista i lokalnog stanovništva, zadovoljstvo nositelja ponude te očuvanost okoliša. Posebno se ističe zadovoljstvo domicilnog stanovništva budući da uspješnost realizacije ostvarenja destinacije na turističkom planu ovisi o uključenosti domicilnog stanovništva, koje je spremno pokazati inicijativu u slučaju da turizam doprinosi kvaliteti života odnosno zadovoljstvu domicilnog stanovništva. Svako pomanjkanje ravnoteže u jednom od ova četiri kvalitativna aspekta može imati bitne učinke na ukupnu kvalitetu destinacije i njen proizvod. Zadovoljstvo gosta s kvalitetom

usluga znak je da će se on ponovno vratiti ili da će prenijeti svoja pozitivna iskustva na nove potencijalne turiste.

Iako postoji sve veći broj literature koja se bavi turizmom kao održivom ekonomskom mogućnošću za razvoj lokalne zajednice, postoji malo dokaza u literaturi koji prikazuju prirodu interakcije između lokalnih zajednica i razvoja turizma koja je jedan od ključnih elemenata za razvoj održive turističke industrije (Murganda et al., 2013.). Pažljivo planiranje, svijest i obrazovanje održat će ravnotežu u zajednici, pospješiti pozitivne rezultate i smanjiti štetno djelovanje turizma na lokalnu zajednicu. Asker et al. (2010.) ističe kako od početka procesa planiranja razvoja turizma određene destinacije, lokalna zajednica treba biti uključena i aktivna kako bi se lokalno stanovništvo upoznalo s mehanizmom turizma i spoznalo moguće utjecaje, prije odluke o pokretanju turizma. Muganda et al. (2013.) ističe kako je opće prihvaćena uloga i doprinos lokalne zajednice u stvaranje turističkog napretka destinacije, međutim, složena priroda većine turističkih odredišta, gdje se javlja velik broj dionika s različitim interesima i pogledima na razvoj, stvara sukob oko upotrebe resursa unutar destinacije. Kako bi se postigao održivi razvoj turizma, lokalne zajednice trebaju sudjelovati u procesu donošenju odluka. Lokalne zajednice mogu sudjelovati u prepoznavanju i promicanju turističkih resursa i atrakcija koje čine osnovu za razvoj turizma. Za postizanje trajnih pozitivnih rezultata, zajednica treba biti aktivni sudionik umjesto pasivnog promatrača. Muganda et al. (2013.) napominju da se u cilju postizanja većeg lokalnog angažmana u odlučivanju, primjerice, može omogućiti građanima da zatraže određeni dio poreznih prihoda od turizma koji će biti namijenjen razvoju zajednice i zaštiti turističkih resursa. Nadalje, tvrde da se za sudjelovanje zajednice u odlučivanju povećava povjerenje ljudi u turističku industriju. Ono također, pruža lokalnoj zajednici glas u odlučivanju u cilju poboljšanja planova, pružanja usluga i, konačno, potiče osjećaj zajedništva ljudi budući da dijele zajedničke ciljeve.

Teoretski, uloga lokalnih zajednica u razvoju turizma u kontekstu politike i procesa donošenja odluka ovisi o vrsti i razini participacije lokalne zajednice u turističkoj destinaciji. Moć lokalne zajednice i utjecaj na donošenje odluka kao i na izradu politika ovisiti o razini sudjelovanja u odlučivanju zajednice u određenoj destinaciji. Na primjer, u većini zemalja u razvoju, odluka o procesu razvoja je obično „top-down“, a dominiraju vlade, privatni sektor i nevladine organizacije. U takvom neuravnoteženom scenariju, uloga lokalne zajednice u donošenje odluka je upitna. Nedvojbeno, njihovo sudjelovanje teško može ići dalje od pukog

savjetovanja i razmjene informacija. Međutim, postoje neki pozitivni primjeri partnerstva između lokalnih zajednica i drugih ključnih dionika. UNWTO u svojoj publikaciji naziva Praktični vodič za upravljanje turističkom destinacijom iz 2007. godine, ističe primjer Kostarike, gdje se napominje kako sudjelovanje lokalne zajednice odnosno lokalnog stanovništva u upravljanju lokalnim resursima daje priliku da izravno sudjeluje u promjeni odnosno gradnji destinacije u turističkom smislu. Literatura o sudjelovanju lokalne zajednice o upravljanju u turizmu, mnogo je više usmjerena na značaj i nedostatak sudjelovanja zajednice u planiranju i razvoju turizma, a manje na to kako se uključenost lokalne zajednice u proces upravljanja i planiranja ostvaruje. Kao rezultat toga, malo je čvrstih dokaza o tome kako bi lokalne zajednice trebale sudjelovati u razvoju turizma destinacije. U zaključku doprinosa lokalne zajednice na razvoj turizma ističe se stav autora Godfrey i Clarku (2000) koji tvrde kako lokalna zajednica predstavlja osnovni element u suvremenom turizmu jer upravo se na njima temelji turistička ponuda. Lokalna zajednica osigurava ponudu smještaja, ugostiteljstva, informacija te prometnih usluga. Nadalje, prirodni okoliš, zgrade i ustanove, njihovi ljudi, kultura i povijest su temeljni elementi onoga što turiste privlači određenoj destinaciji.

3.2.2.. Uloga pojedinih dionika lokalne zajednice u procesu upravljanja razvojem

Kako bi turistička destinacija ostvarila konkurentsku prednost nužno je da omogućava posjetiocima jedinstvena iskustva. To ovisi o mnogim aspektima destinacije kao što je vrijeme kada se posjetitelj odluči na posjet odredišta i za vrijeme trajanja boravka. Nadalje, dojam koji na posjetioca ostavlja destinacija uvelike je određen kvalitetom korištenih usluga (posjetioci iskuse niz javnih usluga, lokalnih proizvoda, interakciju u zajednici, gostoljubivost i sl. Stoga, je bitno da se svakom od komponenti turističke destinacije upravlja i koordinira kako bi se povećala „vrijednost za korisnike“ tijekom posjeta. Učinkovito upravljanje omogućuje destinaciji povećanje vrijednosti na tržištu te osigurava prednosti lokalnoj zajednici i održivost.

U ispunjenju svrhe i ciljeva upravljanja destinacijom sudjeluje ogroman broj dionika, tzv. stakeholdera, a autorica Petrić (2011; prema Soffield, 2003) ističe sljedeće:

- lokalne vlasti,
- menadžeri nacionalnih parkova,
- prijevoznici,

- organizacije u kulturi,
- ugostiteljstvo, posrednici, mediji, lokalni turistički konzorciji i partnerstva,
- agencije za podršku poduzetnicima, obrazovne ustanove,
- lokalno stanovništvo, nevladine udruge, ali i turisti.

Podrška svih turističkih dionika neophodna je za razvoj, uspješno poslovanje, i dugoročnu održivost turizma. Dionik je „svaka skupina ili pojedinac koji mogu utjecati ili su pod utjecajem postizanja ciljeva organizacije“. UNWTO definira sudionike u turističkim destinacijama kao turističke radnike, javne institucije, tisak i druge medije. Osim toga, interesne skupine, privatni sektor i pojedinci, a posebno lokalno stanovništvo, također, imaju odgovarajući doprinos kao sudionici u turizmu. Također, uočeno je kako znanje i iskustvo dionika, pridonosi u planiranju i razvoju turizma i dugoročnom angažmanu zajednice koje sačinjavaju u upravljanju turističkom destinacijom. Međutim, dok svaka skupina dionika ima važnu ulogu u razvoju turizma, neki dionici su važniji od drugih u određivanju uspjeha destinacije. Na primjer, kada je u pitanju ishod razvoja održivog turizma, javni sektor se posebno bavi pitanjima koja se odnose na turističku infrastrukturu, transport i smještaj. S druge strane, lokalna zajednica i stanovnici su često više zabrinuti lokalnim pitanjima, kao što učinci turizma u zajednici, kvalitetom života i potrebom za održivosti. Privatni sektor se više bavi pitanjima koja se direktno tiču njegovog poslovanja, kao što su turistički proizvod i marketing, a turisti su obično više usmjereni na kvalitetu turističkog proizvoda kada dođu u destinaciju. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, dionici u održivom razvoju turizma su podijeljeni u tri kategorije: **turistička industrija**, **potpora za zaštitu okoliša** i **lokalna zajednica**. Nadalje, navodi se da je uloga turističke industrije stvaranje radnih mjesta, generator stvaranja prihoda te razmjena deviza kroz pružanje turističkih usluga (uključujući i prijevoz, smještaj, hranu i piće). S druge strane, uloga okoline je privući turiste da sudjeluju u aktivnostima na temelju lokalne kulture, prirode i arhitekture. Konačno, funkcija lokalne zajednice (koja uključuje stanovnike i lokalne tvrtke, organizacije i udruge) u donošenju odluka. Anuar et. al (2012.) ističu, kako je ranije navedeno, pokazatelj kako zainteresirane strane imaju ulogu u oblikovanju održivog turizma. Nadalje Anuar et. al (2012.) dionike u turističkim odredištima klasificiraju u kategoriju **dobavljača i prateće industrije**, **marketing posrednike**, **članove javnosti i lokalne zajednice**, te konačno **turiste**. Uloga dobavljača je kreirati ponudu turističke destinacije koja će omogućiti zadovoljenje potreba turista te stvoriti osjećaj zadovoljstva i nezaboravnog iskustva kod turista. Tijekom tog procesa, dobavljači moraju uvijek biti svjesni kvalitete cijene, usluge, odabira, jedinstvenosti i inovativnosti

proizvoda koje nudi odnosno sadržaja kojeg stvaraju. Ritchie i Crouch (2003) ističu bliske veze između dobavljača i marketinških posrednika jer marketinški posrednici služe kao posrednici između dobavljača i turista (kupca). Osim toga, naglašavaju ulogu kupaca i javnosti kao dionika u turizmu. Kupci se, u tom smislu, odnose na turiste, dok se javnost odnosi na lokalno stanovništvo, javni sektor i privatni sektor. Javni i privatni sektor igraju važnu ulogu u razvoju turističke destinacije.

Inskeep (1991.) objašnjava da je, što se tiče implementacije planova, javni sektor u funkciji razvoja turizma koja se ostvaruje kroz donošenje i provedbu i propisa o turizmu, razvoj glavne infrastrukture, vođenje marketinga i promociju turističkog područja. Gunn (1994.) obrazlaže da je uloga javnog sektora u turizmu povećanje zadovoljstva turista, poticanje ekonomske i poslovne uspješnosti, zaštita postojeće imovine i očuvanje integracije u zajednici. Javni sektor također, osigurava prostor, aktivnosti (kroz elemente koji se odnose na kulturu i povijest, posebna događanja) i proizvode (kroz fizičke osobine, usluge, slobodom izbora) koja su namijenjena za javnu uporabu. Primjeri prostora, aktivnosti i proizvoda u vlasništvu javnog sektora su nacionalni parkovi, biljni i životinjski svijet, rekreacijske površine, spomenici, zoološki vrtovi i sportski stadioni. U kapitalističkim ekonomijama, kako to ističu autori Nazrin et. al (2012.), glavna funkcija privatnog sektora je usmjerena prema smještaju (hoteli, apartmani), hrani i piću (restorani, kafići), shoppingu i zabavi (trgovački centri, tematski parkovi, kina i sl.). Nadalje, navodi se kako javni sektor povremeno djeluje kao pionir u ulaganjima u turistički razvoj i privatnom sektoru daje poticaj za ulaganje na području turističke destinacije. Među prostorima, aktivnostima i proizvodima u vlasništvu privatnog sektora su tematski parkovi, trgovački centri, odmarališta, golf tereni, kazališta, suvenirnice i turističke agencije i sl. Nedvojbeno, i javni sektor i privatni sektor imaju različite uloge u turističkoj destinaciji. Tome u prilog se služi činjenica da se u pripremi usluga i proizvoda u turizmu zahtijeva suradnja svih strana u svrhu zadovoljavanja želja i potreba turista. Takve se pripreme obično odvijaju u privatnom sektoru, dok javni sektor razvija, kontrolira ili ograničava razvoj turizma.

3.3. Osposobljavanje lokalne zajednice za razvoj turizma

Iako pojam "osposobljavanje" upotrebljava mnoge discipline, on se u kontekstu razvoja turizma odnosi na višedimenzionalni proces savjetovanja od čijih učinaka sredine orijentirane

na turizam i njihovi članovi imaju izravne koristi. Pojam osposobljavanje (eng. empowerment) koristi se u mnogim disciplinama što dovodi do različitih interpretacija i definicija. Prema Petrić (2011; prema Soffield, 2003) pojam empowerment je ušao u opću terminologiju kao pojam koji označava mogućnost pojedinaca ili skupina da vode i odlučuju o vlastitim poslovima /interesima, a ista autorica ga određuje kao proces, pri tome se misli na osposobljavanje, i ishod /rezultat procesa, pri tome se misli na osposobljenost. Osnovni koncept pojma „empowerment“ vezan je uz sposobnost pojedinca odnosno grupe da ostale prisili da čine ono što oni žele bez obzira na želje ili interese ostalih. Sofield (2003.) na pojam „empowerment“ promatra kao proces koji lokalnoj zajednici omogućava učenje i odabir načina djelovanja u razvoju turističkog sadržaja, daje sposobnost zajednici da donosi i provodi odluke te da snosi odgovornosti za donesene odluke. Prema Simmonsu i Parsonu (1983.) „empowerment“ *omogućava osobama ovladavanje vlastitom okolinom i postizanje samoodređenja na osnovu individualne ili interpersonalne promjene društvenih struktura koje utječu na život i ponašanje pojedinaca.*

Uključivanje lokalne zajednice u proces razvoja turizma stvaraju se uvjeti za poboljšanje kvalitete života za sve u zajednici, što se smatra temeljnim pokretačem aktivnog djelovanja lokalne zajednice u stvaranja turističkog sadržaja. Razvoj turizma, koji poštuje uključenost lokalne zajednice kao rezultat daje odluke koje vode ostvarenju zajedničkih ciljeva, dodatno, prati lakše ostvarivanje ciljeva. Uključenost lokalne zajednice održiv je koncept, budući da se postiže komplementarnost interesa sektora turizma i lokalne zajednice, a kao rezultat navedenog dolazi do spremnosti na stvaranje doprinosa odnosno uključenosti lokalne zajednice. Kao izazov ostvarenju razvoja turizma postavlja se pitanje osposobljenosti lokalne zajednice da doprinese razvoju turizma, gdje je ključni element u osnaživanju lokalne zajednice povezivanje i umrežavanje različitih aktivnosti, na dosljedan način, te osnivanje prikladnih institucionalnih struktura. Kroz osnivanje prikladnih institucionalnih struktura stvara se preduvjet inicijativi lokalne zajednice koja doprinosi razvoju turizma. Petrić (2011; prema Soffield, 2003) ističe metode osposobljavanja / empowermenta kako slijedi:

- edukaciju (informiranje i pomoć drugima u procesu učenja i korištenja informacija na kreativan način),
- vođenje (uključivanje dionika u proces donošenja odluka),
- mentoriranje (pomaganje i davanje podrške drugima kako bi postigli svoje ciljeve)
- osiguravanje resursa i sredstava,

- strukturiranje (promocija organizacijskih aranžmana koji omogućuju ili ograničavaju neke aktivnosti),
- aktualiziranje (gradi se na prethodnim metodama i pomaže pojedincu ili skupinama da provode odluke na najbolji mogući način).

4. DOSADAŠNJI RAZVOJ TURIZMA NA OTOKU VISU

4.1. Geografska obilježja otoka Visa

Otok Vis i pripadajuća otočna skupina je smješten na jugu Splitsko dalmatinske županije te pripada srednjodalmatinskoj skupini otoka, prema domaćim mjerilima spada u tzv. pučinske otoke



Slika 4: Geografski položaj Visa u srednjodalmatinskoj regiji
Izvor: www.info-vis.net

Ukupna površina otok Visa je 90,30 km² (dužina 17 km, širina 8 km, dužina obale 77 km). Otoku Visu pripadaju i se otoci Biševo na kojem se nalazi Modra špilja, zaštičena i svjetski poznata atrakcija, Sveti Andrija te nekoliko manjih otoka vulkanskog podrijetla.
U prošlosti je otok bio poznat kao grčka Issa i kasnije kao Lissa. Zbog svog geografskog položaja, kroz 19. i 20. stoljeće, Vis je imao važno geostrateško značenje. Prvo su ga naselili Grci u 4 stoljeću pr. Kr, a za vrijeme vladavine Austrije, vojni su krugovi spoznali važnost njegovog položaja i nastavili s utvrđivanjem otoka koje je već započelo tijekom kratkotrajne vladavine Engleza u razdoblju od 1812.- 1815.Tijekom Prvog svjetskog rata, Vis nije bio u središtu ratnih zbivanja , no nakon kapitulacije Italije u Drugom svjetskom ratu , ponovno postaje važno središte u Jadranu. Zbog činjenice da su otok Vis jugoslavenski partizani smatrali „ključem Jadrana“ , na cijelom otoku je postavljeno više od desetak tisuća metara bodljikave žice , sagrađeno je mnoštvo bunkera, vojnih i raketnih baza, tunela i skloništa te je otok u tom razdoblju bio zatvoren za sve turiste te se tek nakon uspostave samostalne i nezavisne Republike Hrvatske počeo „otvarati svijetu“(Nejašmić, Mišetić, 2006.).

Otok Vis ima mediteranski tip klime kojeg karakteriziraju vruća ljeta i blage zime. Otok u prosjeku ima preko 2600 sunčanih sati godišnje što u prosjeku iznosi 7 sati sunca dnevno. Temperature su u ljetnim mjesecima iznad 24°C, a u zimskim iznad 6°C. Godišnje padne manje od 800 mm padalina. Na otoku dominira mediteranska zimzelena vegetacija, a more je najvrjedniji prirodni resurs otoka, kako i prošlosti, tako i sada. Kroz povijest je cijeli otok bio poznat po bogatstvu ribom, osobito plavom ribom, jastozima i škampima te vinogradarstvu. (Strategija razvoja grada Visa). Na otoku Visu nalaze se dva grada, Vis na sjeveroistočnoj obali i Komiža na zapadnoj obali otoka, u kojima je koncentrirana većina stanovništva cijelog otoka, dok je ostatak stanovništva smješten u 19 naselja, većinom u unutrašnjosti otoka

Otok Vis je prometno povezan s kopnom (Splitom) trajektom i katamaranom iz Splita koji voze 2-3 puta dnevno. Vožnja trajektom Split- Vis traje 2 sata i 20 minuta, a katamaranom 1 sat i 30 minuta. Osim sa Splitom, Vis je katamaranskom linijom povezan i sa otokom Hvarom (gradom Hvarom) jednom tjedno te odnedavno s Milnom na Braču jednom tjedno. Zračni put, odnosno prijevoz helikopterom, se koristi u slučaju hitnih medicinskih potreba lokalnog stanovništva i turista. Grad Vis se nalazi na sjeveroistočnoj strani otoka, u uvali Sv. Jurja, a okrenut je prema Hvaru i dalmatinskom kopnu. Razvio se iz dva naselja, Kut i Luka, koja su se, nakon gradnje crkve Gospe od Spilica u 16.st., spojila u jednu cjelinu. (Strategija razvoja grada Visa 2015.-2020.)Površina grada Visa iznosi 52,23 km2 i , uz sam grad Vis, obuhvaća devet otočkih naselja: Dračevo polje, Marine Zemlje, Milna- Ženka, Plisko Polje, Podselje, Podstažje, Rogačić i Rukavac. Grad Komiža se sastoji od 10 naselja: Biševo, Borovik, Duboka, Komiža, Oključina, Palagruža, Podhumlje, Podšpilje, Sveti Andrija i Žena Glava (Vojković,L., 2011.)



Slika 5: Prikaza otoka Visa (područje Grada Visa i Komiže)
Izvor: www.behance.net

Analizirajući demografske procese na hrvatskim otocima, uočeno je kako ni stanovništvo na otoku Visu nije ostalo izvan spomenutih demografskih procesa i depopulacije. Zbog svojih zemljopisnih i drugih karakteristika, Vis je doživio najveće smanjenje broja stanovnika među većim hrvatskim otocima. Depopulacija je glavni demografski proces na svim hrvatskim otocima. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 1900. godine je na otocima živjelo 5,3% ukupnog stanovništva Hrvatske, a prema popisu iz 2001. tek 2,8% ukupnog stanovništva.

Otok Vis je imao dugotrajne negativne demografske procese i opće smanjenje rodnosti što je sve dovelo do slabljenja reproduktivne snage. Dobna struktura stanovništva negativno je utjecala na društvenu i gospodarsku situaciju na otoku što i utjecalo na povećano iseljavanje i napuštanje otoka, osobito kod mladog dijela otočne populacije. (Vojković, L., 2011.)

Tablica 6: Promjena broja stanovnika otoka Visa u razdoblju 1900.-2011.

Godina	Broj stanovnika
1900.	9650
1910.	9 810
1921.	9 511
1931.	8 496
1948.	7 230
1953.	7 643
1961.	6 834
1971.	4 970
1981.	4 090
1991.	4 354
2001.	3 637
2011.	3 460

Izvor: Prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske

4.2. Dosadašnji razvoj turizma na otoku Visu

Razvoj turizma i implementacija različitih turističkih koncepata na Visu je stagnirala prvenstveno zbog toga što je otok bio izoliran za turiste pa samim tim, i za bilo kakav turistički razvoj zbog prisutnosti vojske na otoku. Kao posljedica rata i okupacije vojske, ekonomski i gospodarski razvoj je stagnirao što je utjecalo na emigraciju lokalnog stanovništva. Starosna struktura stanovništva je dodatno ograničavala razvoj turizma i gospodarstva, a vlasnička struktura (iseljeni stanovnici i podijeljeno vlasništvo) je

ograničavala transakcije i promet nekretnina. Pozicija najzapadnijeg otoka na Jadrana je također, bila ograničavajući faktor razvoja jer je opća infrastruktura bila nedostupna ili teže dostupna. Slijedom gore navedenog, se može reći da je Vis danas na početku izgradnje turističkog lanca vrijednosti gdje ima privilegiju, pod pretpostavkom da dobrom politikom razvoja odabere način ulaska u turističku utrku (Dragičević et al., 2009)

4.2.1. Turistička ponuda otoka Visa

Kako Dulčić (1999) definira, turistička ponuda predstavlja skup roba i usluga koje se turistima nude na određenom tržištu i po određenim cijenama te se dijeli na tri skupine elemenata:

- atraktivni,
- komunikativni,
- receptivni.

Sukladno ovoj podjeli, svaki od elemenata bit će objašnjen u kontekstu otoka Visa.

Kada su u pitanju **atraktivni elementi turističke ponude**, mogu se podijeliti na prirodne i društvene atraktivne elemente.

Među prirodne atrakcije Visa svakako valja spomenuti mnoštvo plaža i uvala koje privlače goste u destinaciju. Neke od najpoznatijih plaža na Visu su:

- *Plaža Stiniva:* Stinivu zatvaraju dvije visoke kamene litice, a ograđena je klisurama sa svih strana. Između litica se nalazi šljunčana plaža. S kopna, do nje se dolazi strmomstazom. Ograđena visokim klisurama sa svih strana i uvijek je „u sjeni“ jednom svojom polovicom
- *Modra špilja:* Modra špilja postala je, zahvaljujući barunu Ransonnetu, svjetski poznat fenomen prirode. Nalazi se na otoku Biševu.
- *Plaža Srebrna:* Ime je dobila po srebrnom sjaju velikih oblutaka za vrijeme mjesečine te je, uz Stinivu, najpoznatija je viška plaža, a posebno je popularna za obitelji s djecom zbog hlada ispod borove šume. Bogata hladom borove šume, Srebrna je najčešći izbor za obitelji s djecom.

- *Plaža Stončica:* Ime je dobila po svjetioniku i rtu Stončica koji se nalazi u blizini plaže. U dugačkom zaljevu smjestilo se turističko naselje i pješčana plaža.
- *Plaža/uvala Vela Smokova*: pješčana plaža na jugoistočnoj obali Visa popularna je destinacija nautičara i ljubitelja divljih plaža. Na dubini 2 metra pronađeno je krilo potopljenog aviona iz 2.svjetskog rata.
- *Zelena Špilja* na otoku Ravniku.

Kao druga važna grupa atraktivnih vrijednosti pojavljuju se društveni atraktivni čimbenici (npr. kulturni spomenici, povijesni spomenici,, kulturne ustanove, razne kulturne manifestacije, raznovrsni antropogeni faktori), a među najpoznatije društvene atrakcije u gradu Visu se mogu ubrojiti:

- *Antička Issa i Rimske terme:* najstarije je urbano naselje na Jadranu. Još su stari Grci iskoristili ovu prirodno zaštićenu luku koja i danas privlači brojne nautičare.
- Na uzvisinama iznad više uvale dvije su tvrđave, obje su sagrađene za vrijeme vladavine Engleza; Welington s istočne, a Fort George sa zapadne strane-
- S istočne strane uvale je šumovit rt Grandovac sa znamenitom *Češkom Vilom*, jednom od najstarijih turističkih južnojadranskih gradnji, te kapelom Sv. Jurja iz 13. st. i engleskim grobljem uz nju.
- Među raskošnim kamenim kućama Kuta ističe se *crkva Sv. Ciprijana i Justine*. Spominje se još u 16. stoljeću, a današnji je oblik dobila u razdoblju kasnog baroka.
- *Crkva i samostan Sv. Jerolima:* franjevci su sazidali crkvu i samostan posvećen dalmatinskom zaštitniku sv. Jerolimu, početkom XVI. stoljeća na ruševinama nekadašnjeg rimskog teatra.Vanjski izgled crkve pokazuje renesansni oblik tog vremena
- *Mletački kaštel (Komuna) u Komiži:* Tvrđava Komuna dovršena 1592. godine, a sagradili su je Mlečani. Služila je za obranu od Turaka i gusara. Danas je u njoj smješten Ribarski muzej.
- *Utvrda „Levaman"- Gospina utvrda:* Glavna je utvrda koju je Austrija sagradila na otoku. Utvrda je imala važnu ulogu u uoći Viške bitke 1866. kad je talijanska flota prodrla u višku luku i pokušala osvojiti Vis. Danas se u njoj nalazi Arheološki muzej
- *Viško i komiško kulturno ljeto:* Manifestacija koja se održava svake godine u srpnju i kolovozu na različitim lokacijama grada Visa te uključuje koncerte zabavne i sakralne

glazbe, koncerti klapa, predstave za odrasle i djecu, izložbe, radionice, promocije knjiga i časopisa…

Osim toga na otoku Visu se mogu pronaći i sljedeće atrakcije.

- Ostaci antičkog grada Issa (terme, nekropola, teatar, dijelovi luke),
- Bogato sakralno nasljeđe (Župna crkva Gospe od Spilica, crkve Sv. Ciprijana i Sv. Duha, franjevački samostan na poluotoku Prirovo, svetište Vele Gospe u Podselju - Velom Selu, crkva Sv. Nikole - Muster),
- Ljetnikovci hvarskih i viških plemića (Hektorović, Jakša, Gariboldi, Dojmi Delupis),
- Utvrde iz raznih povijesnih razdoblja (Venecija, Britanija, Austro- Ugarska),
- Gradska arhitektura iz XIX. i početka XX. stoljeća (neoklasicizam i secesija; Hrvatski dom, kuća Tramontana, osnovna škola,)
- Vojni objekti po čitavom otoku
- Nematerijalna baština- viška/ komiška cokavica/čakavica

Komunikativni čimbenici podrazumijevaju razvijenu prometnu infrastrukturu (putovi, aerodromi), kao i razvijenost pojedinih prometnih grana (cestovni, željeznički, avionski i sl.), kako bi se destinacija (turističko mjesto, regija, zemlja) mogla "otvoriti" za turistička kretanja i dolaske. Značaj ovog čimbenika leži u činjenici da bez njegovog postojanja nema ekonomske valorizacije turističke ponude koja ostaje nepristupačna, pa otuda i onemogućena za uključivanje u određene prostorne cjeline u turističkom razvoju. Grad Vis je gospodarski usmjeren prema Splitu, kao središtu Splitsko- dalmatinske županije te se pomorske veze sa Splitom se ostvaruju preko županijske luke otvorene za javni promet i to katamaranskom i trajektnom linijom. Grad Vis pripada splitskom plovnom području.

- Trajektna linija Split - Vis (602) ima dužinu od 30 NM i vožnja na spomenutoj relaciji traje 2 sata i 20 minuta. Trajekt na ovoj liniji prometuje 2 puta dnevno, a za vrijeme ljetnih mjeseci (srpanj, kolovoz) 3 puta dnevno.
- Katamaranska (brzoborodska) linija Split- Hvar- Vis (9602) također, prometuje svakodnevno i to jednom dnevno.

Otok Vis povezuje Državna cesta D117, koja prolazi kroz naselja Komiža, Podhumlje, Podšpilje, Dračevo polje, Plisko Polje i Vis. Ukupna duljina je 20,2km. Otok još ima 52km lokalnih i regionalnih cesta. Autobusnom linijom povezani su gradovi Vis i Komiža samo u

vrijeme uplovljavanja/ isplovljenja brodova za prijevoz putnika i vozila. Što se tiče lučke infrastrukture, ona je namijenjena javnom pomorskom prijevozu, nautičkom turizmu, potrebama ribarstva, sportu i rekreaciji. Kada su u pitanju **receptivni turistički elementi** (tj. elementi koji se odnose na prihvat i ugošćavanje turista), bitno je istaknuti da dominira privatni smještaj. Naime, na cijelom otoku posluje ukupno 4 hotela; 3 u Visu te jedan u Komiži. Tri su hotela kategorizirana s 3 zvjezdice,, a samo jedan ima 4 zvjezdice (San Giorgio).

- hotel Issa (*) raspolaže sa 128 smještajnih jedinica,
- hotel Tamaris (3*) sa 25 smještajnih jedinica, a
- hotel San Giorgio (4*) raspolaže sa 6 apartmana i 3 dvokrevetne sobe.
- hotel Biševo (3*) u Komiži raspolaže sa 131 smještajnom jedinicom.

Prema izvješću Turističke zajednice grada Visa, smještajni kapaciteti grada Visa u 2015.godini su iznosili ukupno 2606 kreveta, a od toga kako slijedi:

- privatni smještaj u domaćinstvima 2009 kreveta,
- smještaj obrti i firme 275 kreveta,
- hoteli 322 kreveta.

4.2.2. Turistička potražnja na otoku Visu

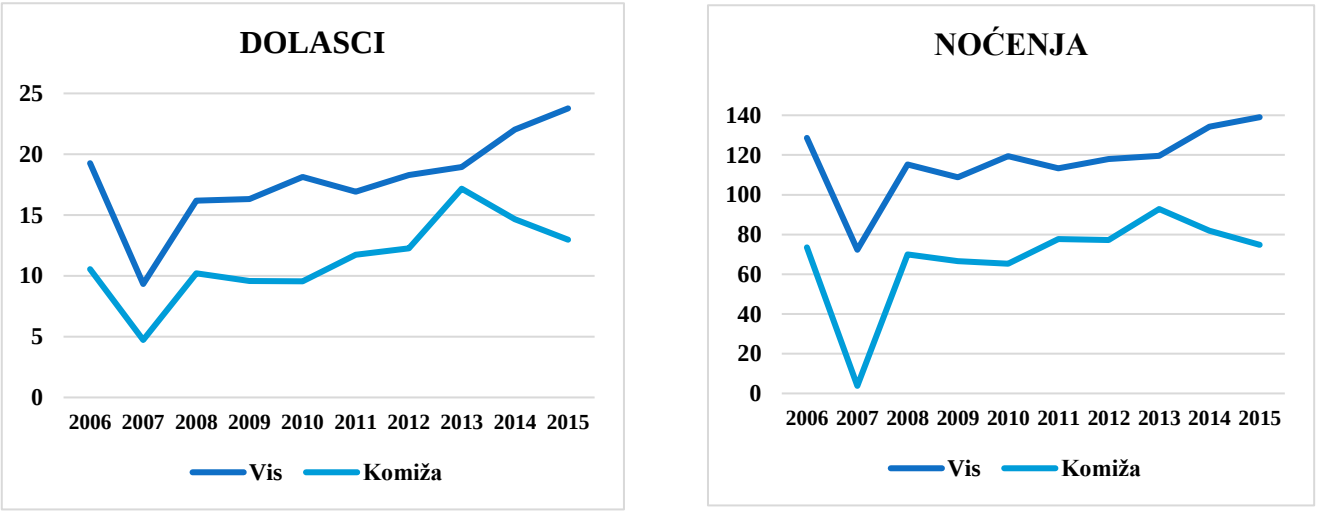
Prema dostupnim podacima u TZ Vis i Strategiji razvoja grada Visa do 2020. godine, stanje potražnje i razvoja turizma na otoku Visu može se sažeti u nekoliko rečenica:

- Turistički promet ima sezonski karakter: 2/ 3 ukupnih dolazaka i noćenja se ostvaruje u srpnju i kolovozu, a 90% noćenja u razdoblje od lipnja do rujna.
- Glavni proizvod su sunce i more te nautički turizam, dok ostali oblici turizma još uvijek nisu dovoljno prepoznati.
- Jako je loša iskorištenost smještajnih jedinica i kapaciteta na godišnjoj bazi, svega 15%.

Što se tiče turisičkih dolazaka i noćenja na otoku Visu, više turista ima u gradu Visu nego u Komiži. U posljednjih deset godina iz Slike 6 vidljiv je konstantan rast dolazaka i noćenja u oba mjesta od 2007. godine (kada je vjerojatno uzrokovano globalnom financijskom krizom došlo do naglog opadanja prometa). Broj dolazaka u mjestu Vis kreće se na razini od oko 20 000, a u mjestu Komiža od oko 15 000 tisuća, dok se noćenja kreću za Vis na razini od oko

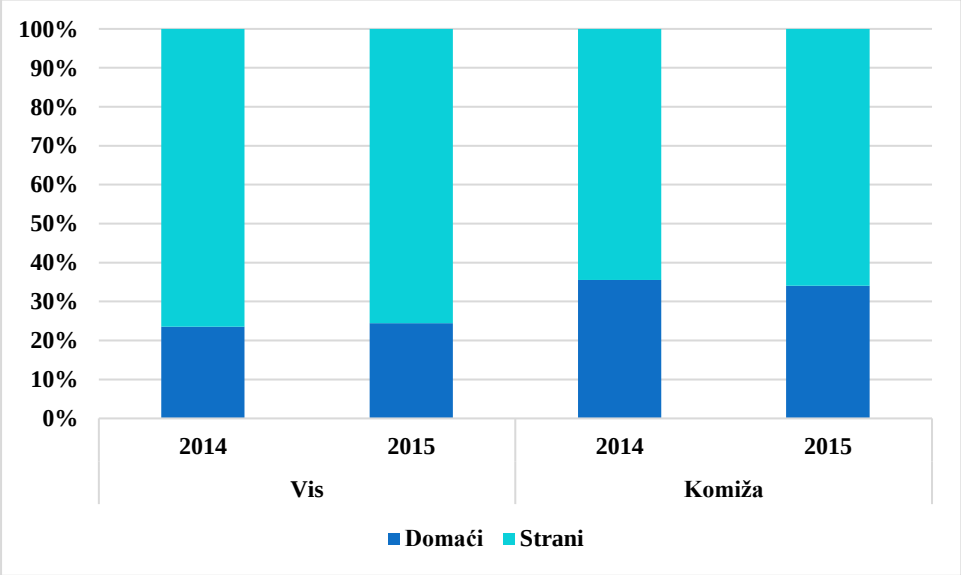
120-130 tisuća, a za Komižu od 60-80 tisuća. Oba mjesta su konstantno rasla do 2014., a u 2015. Vis nastavlja rast dok Komiža po prvi put u desetak godina osjeća smanjenje turističkog prometa.

Slika 6: Dolasci i noćenja (u tisućama) za Vis i Komižu od 2006. do 2015.



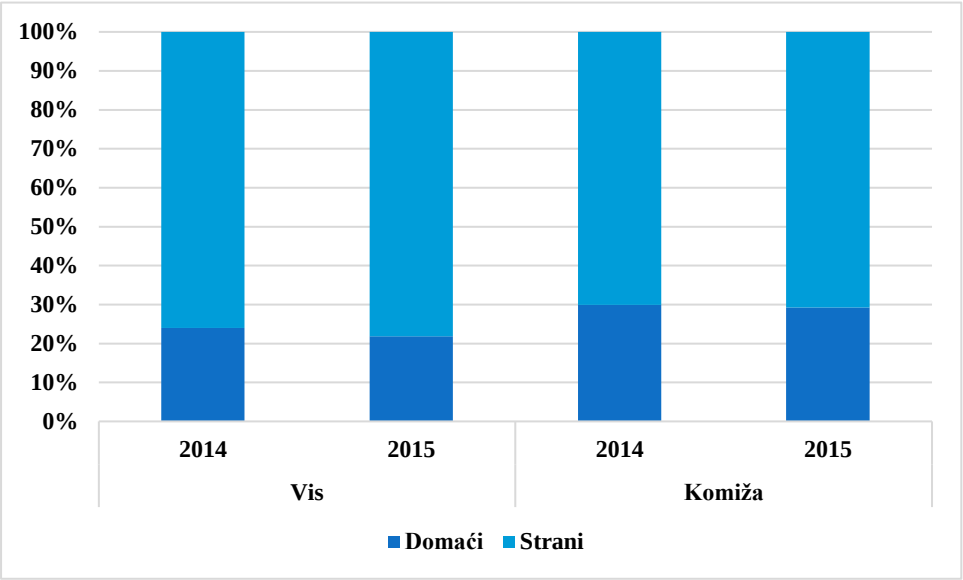
Izvor: Državni zavod za statistiku (2016)

Na Slici 7. koja se nalazi ispod, prikazana je struktura gostiju na otoku Vis, prema mjestima (Vis i Komiža) po porijeklu za 2014. i 2015. godinu. Vidi se da dominiraju strani gosti u strukturi oba mjesta. Udio domaćih se kreće između 20-25%, a udio stranih između 75-80%.

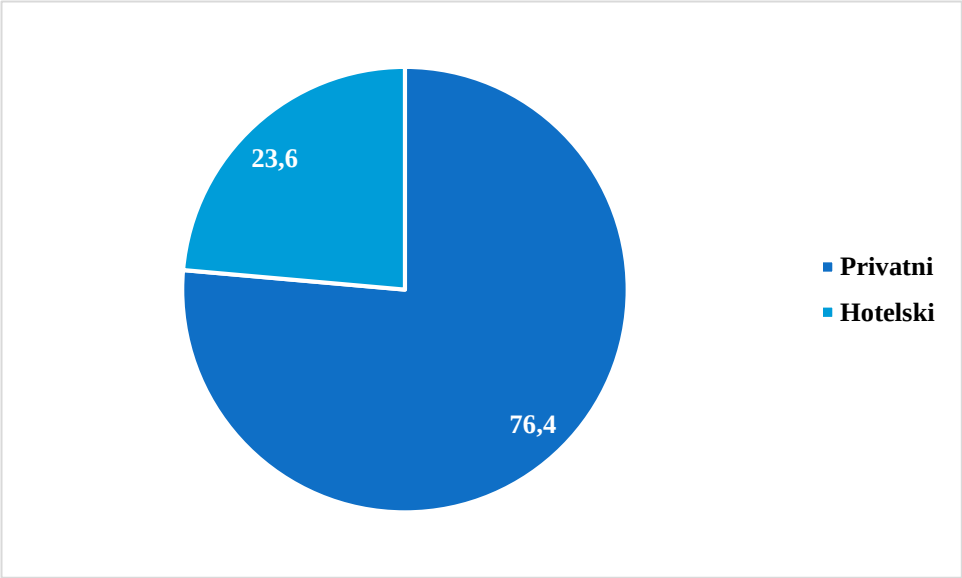


Slika 7: Struktura dolazaka gostiju po porijeklu za mjesta Vis i Komižu (2014. i 2015.)
Izvor: Državni zavod za statistiku (2016)

Struktura noćenja prema porijeklu u posljednje dvije godine slična je kao i struktura dolazaka gostiju. S time da je kod mjesta Vis izraženo oko 20% domaćih noćenja, a kod mjesta Komiža oko 30%.



Slika 8: Struktura noćenja gostiju po porijeklu za mjesta Vis i Komižu (2014. i 2015.)
Izvor: Državni zavod za statistiku (2016)



Slika 9: Struktura noćenja gostiju po prema smještaju za grad Vis (2015.)
Izvor: TZ Grada Visa (2016)

Prema vrsti smještaja, dominira privatni smještaj u kojem boravi 76,4% gostiju grada Visa. Kao što je već prethodno navedeno, smještajni kapaciteti grada Visa u 2015.godini su iznosili ukupno 2606 kreveta, a u 2014.godini ukupni smještajni kapaciteti su iznosili 2547 kreveta. Ukupan broj je porastao za 2,3 %, odnosno za 59 kreveta.

4.3. Djelovanje lokalne zajednice u dosadašnjem razvoju

4.3.1. Uloga lokalnih institucija vlasti u razvoju turizma na Visu

Sukladno *Zakonu o područnoj (regionalnoj) i lokalnoj samoupravi(NN, br. 144/12.,),* jedinica lokalne samouprave obavlja poslove kojima se neposredno ostvaruju prava građana iz samoupravnog djelokruga koji se utvrđuju odlukama Gradskog vijeća i Gradonačelnika.
Gradovi u svom samoupravnom djelokrugu obavljaju poslove lokalnog značaja kojima se neposredno ostvaruju potrebe građana, a koji nisu Ustavom ili zakonom dodijeljeni državnim tijelima i to osobito poslove koji se odnose na:

- uređenje naselja i stanovanje,
- prostorno i urbanističko planiranje,
- komunalno gospodarstvo,
- brigu o djeci,
- socijalnu skrb,
- primarnu zdravstvenu zaštitu,
- odgoj i osnovno obrazovanje,
- kulturu, tjelesnu kulturu i šport,
- zaštitu potrošača,
- zaštitu i unapređenje prirodnog okoliša,
- protupožarnu i civilnu zaštitu,
- promet na svom području
- te ostale poslove sukladno posebnim zakonima.

Tijela Grada Visa i Komiže su Gradsko vijeće koje je predstavničko tijelo građana Grada Visa i Komiže i tijelo lokalne samouprave te Gradonačelnik koji zastupa Grad i nositelj je izvršne vlasti.
Gradovi Vis i Komiža djeluju u okviru samoupravnog djelokruga. Dakle svaki grad:

- raspolaže, upravlja i koristi imovinu u vlasništvu Grada,
- promiče društveni, gospodarski i kulturni napredak radi vrednovanja lokalnih posebnosti i poštivanja prirodnih prostornih mogućnosti,

- vodi brigu o potrebama i interesima stanovnika u oblasti predškolskog uzrasta, odgoja i osnovnog obrazovanja, primarne zdravstvene zaštite, kulture, tjelesne kulture i športa,
- osigurava uvjete za utvrđivanje politike gospodarenja prostorom i unapređenje i zaštitu prirodnog okoliša,
- obavlja poslove u svezi s poticanjem poduzetničkih aktivnosti i korištenja prostora u vlasništvu Grada,
- osigurava uvjete za održivi razvitak komunalnog gospodarstva,
- vodi brigu o uređenju naselja, kvaliteti stanovanja,komunalnim objektima,
- organizira obavljanje komunalnog gospodarstva, osniva pravne osobe radi ostvarivanja gospodarskih, društvenih, komunalnih, socijalnih i drugih interesa i potreba stanovništva,
- obavlja razrez i naplatu prihoda koji pripadaju Gradu,
- potiče primjenu djelotvornih mjera radi zaštite životnog standarda i zbrinjavanju socijalno ugroženih osoba i obavlja poslove socijalne skrbi,
- potiče aktivnosti udruga građana,
- promiče očuvanje prirodne baštine, povijesnog, kulturnog i graditeljskog nasljeđa,
- osigurava uvjete za protupožarnu i civilnu zaštitu,
- donosi proračun,
- obavlja redarstvene poslove radi očuvanja komunalnog reda,
- obavlja i uređuje druge poslove koji su u neposrednoj svezi s interesima gradske zajednice za njezin gospodarski, društveni i socijalni napredak.

Kao važan dionik u turističkom razvoju destinacije, svakako se ističe Tursitička zajednica mjesta. Zadaće turističke zajednice grada ili mjesta određene *su Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma* (Ministarstvo hrvatskog turizma www.mint.hr), a one uključuju:

- poticanje, unapređivanje i promicanje izvornih vrijednosti (tradicija, običaji, etnološko blago i dr.) turističkog područja kojem pripada općina ili grad i stvaranje uvjeta za njezino gospodarsko korištenje,
- suradnja i koordinacija s pravnim i fizičkim osobama, koje su neposredno ili posredno uključene u turistički promet, radi zajedničkog dogovaranja, utvrdivanja i provedbe

politike razvoja turizma i njegove promidžbe u okviru sveobuhvatne politike gospodarskog razvoja općine ili grada,

- poticanje, koordinacija i organiziranje kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, športskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta, općine odnosno grada,
- poticanje zaštite, održavanja i obnove kulturno - povijesnih spomenika i drugih materijalnih dobara od interesa za turizam i njihovo uključivanje u turističku ponudu,
- poticanje i organiziranje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša na području općine ili grada,
- poticanje i pomaganje razvoja turizma i u mjestima na području općine ili grada, koja nisu turistički razvijena,
- izrada programa i planova promocije sukladno koncepciji i smjernicama promidžbe turizma Republike Hrvatske i županije,
- organizacija, provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine i grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
- vođenje jedinstvenog popisa turista ze područje općine ili grada poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
- dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području turističkih mjesta u općini ili gradu i na području turističke zajednice u cjelini, te prikupljanje i obrada svih drugih pokazatelja bitnih za praćenje, izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća.
- izrada izvješća o izvršenju zadaća, analiza i ocjena ostvarenja programa rada i financijskog plana turističke zajednice općine ili grada,
- ustrojavanje turističko - informativnih centara,
- obavljanje i drugih poslova i radnji od interesa za promicanje turizma na području općine ili grada

Tijela turističke zajednice su skupština, turističko vijeće, nadzorni odbor, predsjednik turističke zajednice. Prema Izvještaju TZ o turističkom prometu i izvješću o radu za 2015.godinu, u Turističkoj zajednici Grada Visa zaposlene su 3 osobe, a u Komiži 2 osobe. Gradonačelnici grada predsjednici su turističke zajednice grada, a zadaće Turističke zajednice su:

- Promoviranje turističke destinacije na razini grada i otoka
- Sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou grada
- Poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš
- Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture
- Redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama), radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista
- Izdavanje turističkih promotivnih materijala
- Obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom
- Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude
- Vođenje jedinstvenog popisa turista za područje grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka
- Dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području grada
- Organizacija, provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada i dr.

4.3.2. Lokalni nositelji ponude kao dionici razvoja turizma

Među brojnim dionicima razvoja turizma na otoku Visu, u nastavku su navedeni najvažniji:

- *Komunalno poduzeće Gradina*: trgovačko je društvo za obavljanje komunalne djelatnosti i pružanje usluga u nautičkom turizmu na području grada Visa, u 100% -tnom vlasništvu grada. Osnovne djelatnosti društva su održavanje čistoće, sakupljanje i odlaganje komunalnog otpada, usluge u nautičkom turizmu (djelatnost luke i marine), održavanje javnih površina i parkova, upravljanje tržnicom i ribarnicom, održavanje i upravljanje grobljima, pogrebne usluge, djelatnost parkinga, te kino-prikazivačka djelatnost (www.gradinavis.hr)

- *Nautički centar Komiža*: društvo je za komunalne djelatnosti u Komiži, pružanje usluga u nautičkom turizmu, koordinacija i upravljanje Modrom špiljom kao zaštićenim spomenikom kulture
- *Turističke agencije na području otoka Visa:* „Navigator“, „Ionios“, „Vis Rent“, „Paiz Travel“, „Vis Special“, „Tjonta“, „Alternatura*“,* „Darlić & Darlić“,“Blue Cave“, „Srebna tours“*;* analizirajući ponude objavljene na mrežnim stranicama turističkih agencija koje djeluju u gradu Visu, primjećuje se da djeluju samo kao posrednici te svoje proizvode nude gostima koji su već stigli na Vis (jednodnevni izleti, transferi, iznajmljivanje bicikala, mopeda te drugih vozila i plovila). Sve navedene agencije nude iste proizvode, a zabrinjavajuća je činjenica da neke od agencije koje se nalaze na popisu TZ grada Visa nemaju objavljenu ponudu na mrežnim stranicama
- „*Anatomija otoka“* : međunarodna stručna manifestacija koja se održava u rujnu ili listopadu svake godine u organizaciji udruge „Anatomija otoka – centar za istraživanje irazvoj“ .U fokusu ove manifestacije su„*interdisciplinarna znanja o otocima, otočnim zajednicama i modelima otočnog razvoja,prijenosa toga znanja različitim oblicima edukacije te primjene znanjaimplementacijom razvojnih projekata na otocima*.“ Na simpoziju sudjeluju svjetski stručnjaci iz različitih znanstvenih disciplina (arhitekture, urbanizma, geografije, arheologije, etnologije, ekonomije, sociologije, agronomije, kulturne antropologije…), predstavnici lokalne samouprave i udruga te pojedinci uključeni u otočne razvojne programe (http://www.anatomija-otoka.com/)
- *Lokalna akcijska grupa „LAG Škoji“:* povezuje otoke Hvar, Vis i Šoltu; „Osobitost LAG-a je visoko vrijedna biološka raznolikost i prirodna baština koja je radi svog međunarodnog značaja uvrštena u međunarodnu mrežu prirodne baštine NATURA 2000. Područje je obiluje mnogobrojnim arheološkim lokalitetima, vrijednim nalazištima i brojnim zaštićenim kulturnim dobrima. Najrazvijenije gospodarske grane su turizam i trgovina uz građevinarstvo i poslovanje nekretninama kao pratećim sektorima“. (http://www.lag-skoji.hr/o-nama/). LAG „Škoji“ je dosada održao niz edukativnih i informativnih radionica s ciljem upoznavanja što šireg kruga dionika s mogućnostima lokalnog razvoja putem LEADER mjere Programa ruralnog razvoja. LAG „Škoji“ trenutno provodi Podmjeru 19.1 Mjere 19 Programa ruralnog razvoja RH kojom je sufinancirana izrada Lokalne razvojne strategije 2014-2020 i troškovi redovnog poslovanja LAG-a do donošenja. (http://www.lag-skoji.hr/o-nama/)

- *Amatersko kazalište „ Ranko Marinković“* (voditelj Lenko Blažević); kazalište djeluje od 1996. Godine te svojim predstava predstava Vis diljem svijeta te njeguje viški dijalekt
- *Hrvatska Gradska glazba Vis*: (voditelj Dinko Karuza) pučka je viška limena glazba/orkestarkoja postoji preko 160 godina i danas broji oko 25 glazbenika
- *Udruga „Lavurat za poja“* : nevladino, nestranačko, neprofitno udruženje građana cijelog otoka Visa u svrhu unaprjeđivanja centralnog dijela otoka i viških zaseoka te popularizacija aktivnosti koje su odvijaju u njima. Udruga se također, bavi očuvanjem baštine i nasljeđa otoka Visa
- *Kulturna ustanova „Ars Halieutica“:* Revitalizacija pomorske baštine Komiže, zaštita gajete Falkuše, održavanje manifestacije „Rota Palagružona“
- *Obrazovne ustanove (osnovna i srednja škola u gradu Visu):* organizacijom raznih projekata u suradnji s drugim europskim školama, indirektno promoviraju i sam grad Vis i turizam na otoku

4.3.3. Lokalno stanovništvo - element privlačnosti destinacije i nositelj razvojnih procesa

Otočani u svojoj svijesti, predaji i baštini čuvaju najveće vrijednosti nacionalnog identiteta, od arheoloških nalaza, sakralnih građevina, preko glagoljice, pisane riječi i jezične baštine do zanata, obrta i vještina svih vrsta. Otočane određuju dvije naizgled proturječne posebitosti: s jedne strane otočani imaju visok stupanj autonomije i autarkičnosti, dakle upućenosti na sebe i na vlastiti svijet, s druge, zavidan stupanj otvorenosti prema civilizacijskim dostignućima, izgrađen prije svega na blagotvornu utjecaju mora i plovidbe. Analiza nastanjivanja u prošlosti i iseljavanja danas, taloženje kulturnih slojeva, smještaj otočnih naselja, razmještaj djelatnosti u otočnom prostoru i akvatoriju, jezični utjecaji i miješanja, nedvosmisleno potvrđuju te dvije komponente kao bitne odrednice otočnog identiteta. Otočani su, nadalje, multikulturne osobe. To prije svega vrijedi za ruralno stanovništvo s malih otoka bez gradskih središta, gdje je u jednoj osobi redovno sjedinjen veliki broj vještina: svi su i ratari i ribari i stočari, pomorci i turistički radnici.... Jasno je da je tako složen profil otočanina posljedica upravo takvog prostora kakav jest hrvatski otok i gospodarskih aktivnosti kakve su se mogle u takvom prostoru obavljati (Nacionalni program razvitka otoka).

Značajna istraživanja o otoku Visu ne postoje. Mali broj znanstvenih radova i članaka govore o depopulaciji, selektivnim oblicima turizma, održivom razvoju turizma, turističkom i

prometnom vrednovanju otoka Visa. Svi radovi ističu posebnosti i probleme otoka koji utječu na život ljudi na otoku. izoliranost, posebnost gospodarske strukture, specifičnost prirodnog ambijenta, posebni način življenja, emigracija, slab razvoj industrije, visoki troškovi i nedovoljna prometna povezanost, kriza gospodarskih djelatnosti poput ribarstva, vinogradarstva, maslinarstva, stočarstva, slab dotok kapitala dovelo je do iseljavanja maldih ljudi s otoka (Ujević, A., 2014.) Prema popisu stanovništva i podacima Državnog zavoda za statistiku iz 2011., u Visu su najbrojnije starosne skupine su 40 – 44 godina i 60 - 64 godina, dobna skupina 60 - 64 godina čini 10.5 % ukupnog stanovništva. Kad je riječ o prirodnom kretanju stanovništvu, podaci Državnog zavoda za statistiku o prirodnom kretanju stanovništvu Visa za razdoblje 2009.-2011.godine pokazuju kako se na godišnjoj razini rodi upola manje stanovnika nego što ih umre. Nadalje, podaci govore kako je uočen značajan pad žena u fertilnoj dobi i pad broja stanovnika u svim dobnim skupinama ispod 20 godina. Ovakvi pokazatelji zahtijevaju pažnju lokalnih zajednica i posvećenost otočanima kako bi mogli pomoći revitalizaciji života na otoku i zaustaviti trend depopoulacije otočana svih dobnih skupina, a posebice mlađih dobnih skupina.

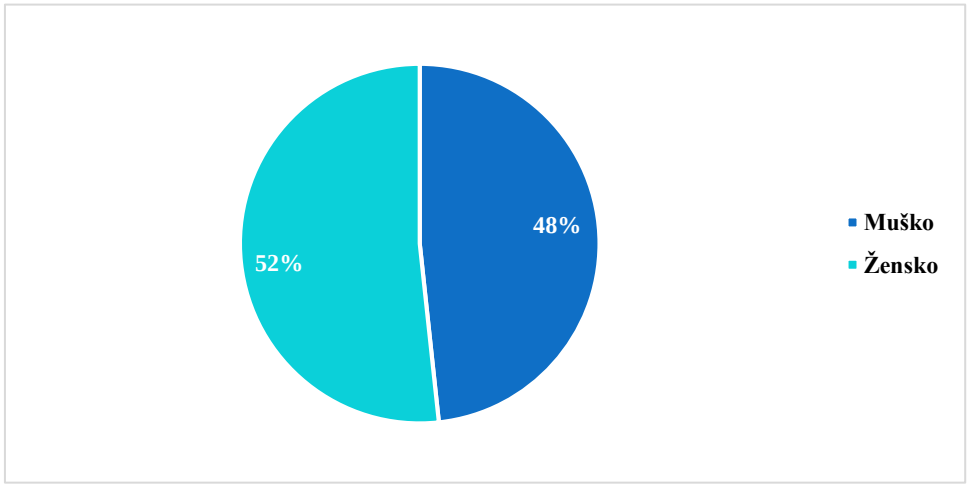
5. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE O TURIZMU NA OTOKU VISU

5.1. Metodologija istraživanja

U svrhu testiranja istraživačkih hipoteza provedeno je istraživanje o stavovima lokalne zajednice o turizmu na otoku Visu. Kao instrument istraživanja, kreiran je strukturirani anketni upitnik po uzoru na istraživanje Petrić i Pivčević (2016) te van Breugel (2013) kako bi se dobile što preciznije i ujednačenije informacije od strane ispitanika. Odgovori su dijelom prikupljeni na Internetu (kreiran je obrazac ankete pomoću Google forms), a dijelom na terenskom istraživanju kojeg je provela autorica ovog rada osobno. Istraživanjem su obuhvaćeni su stanovnici oba mjesta na otoku Visu: grada Visa i grada Komiže. Razdoblje u kojem su odgovori prikupljeni je od 17. do 26. kolovoza 2016. godine. Za prezentiranje rezultata korištene su metode deskriptivne statistike i grafičkog prikazivanja, a kako bi se istraživačke hipoteze potvrdile ili odbacile upotrjebljeni su statistički testovi. Testiranje je izvršeno u programu Stata 13.0.

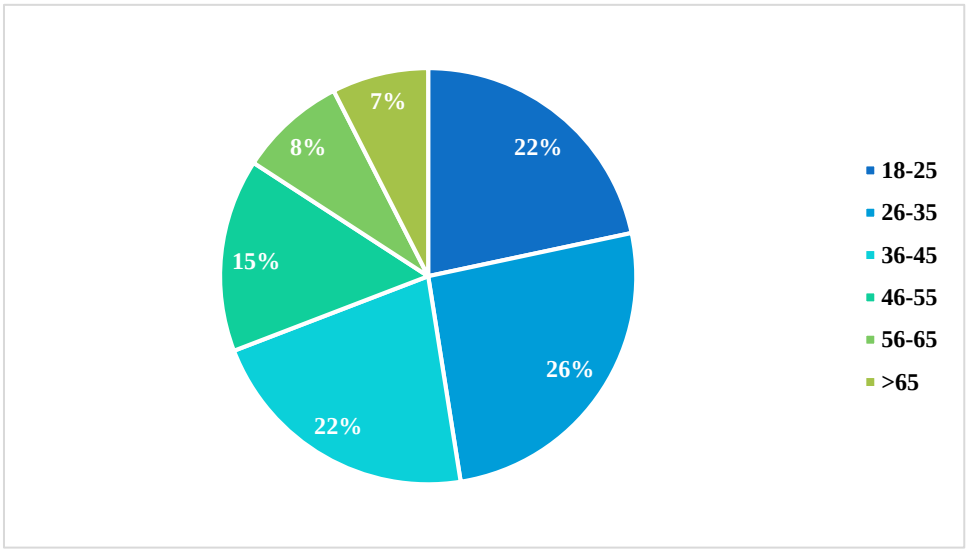
5.2. Karakteristike uzorka

Uzorkom je obuhvaćeno 120 stanovnika otoka Visa (iz oba mjesta, grada Visa i grada Komiže). U uzorku je bilo 51,7% žena te 48,3% muškaraca kako je prikazano na Slici 9.



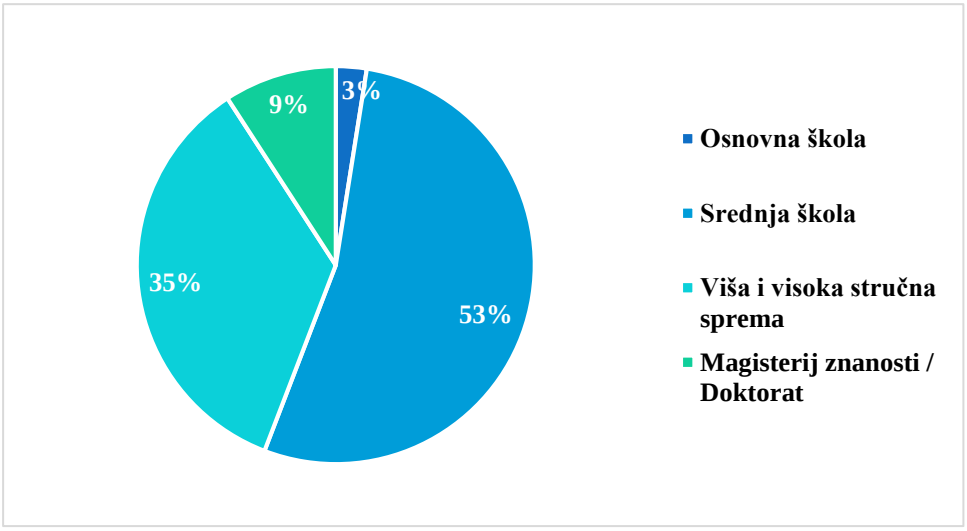
Slika 10: Struktura ispitanika po spolu
Izvor: istraživanje autorice

Što se tiče dobne strukture ispitanika, najviše ih je bilo u skupini od 26 do 35 godina (26%). Potom, s 22%, slijede skupine od 18 do 25 te od 36 do 45 godina. Od ostalih, najviše je onih u razredu od 46 do 55 godina (15%), a manje od 10% bilo je u skupinama starijih od 56 godina. U skupini od 56 do 65 bilo je 8% ispitanika, a onih starijih od 65 godina 7%.



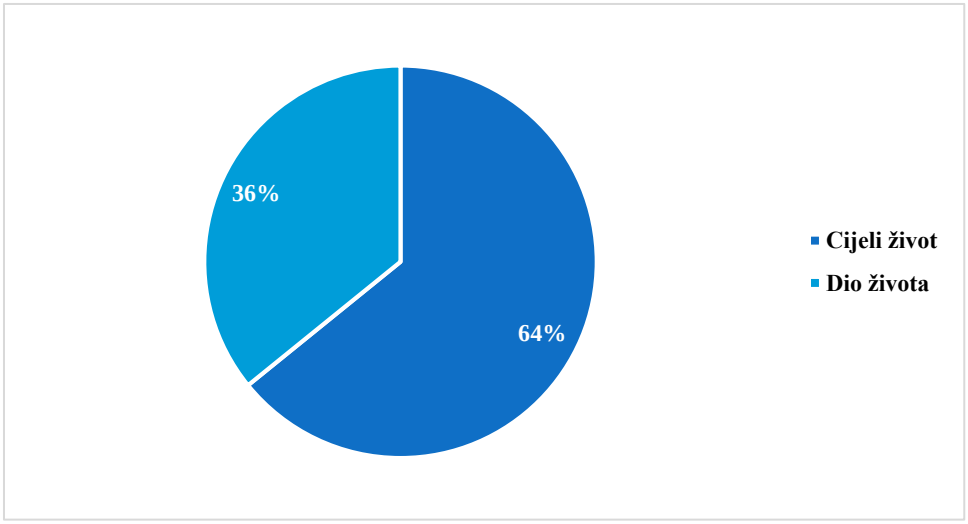
Slika 11: Struktura ispitanika po dobi
Izvor: istraživanje autorice

Na Slici 12 prikazana je obrazovna struktura ispitanika. Uočljivo je da je uvjerljivo najviše, čak više od polovice, ispitanika sa završenom srednjom školom (53,3%). Onih sa višom ili visokom stručnom spremom je malo više od trećine, njih 35%. Ispitanika koji imaju magisterij bilo je 9,2%, a onih sa samo osnovnom školom tek 2,5%.



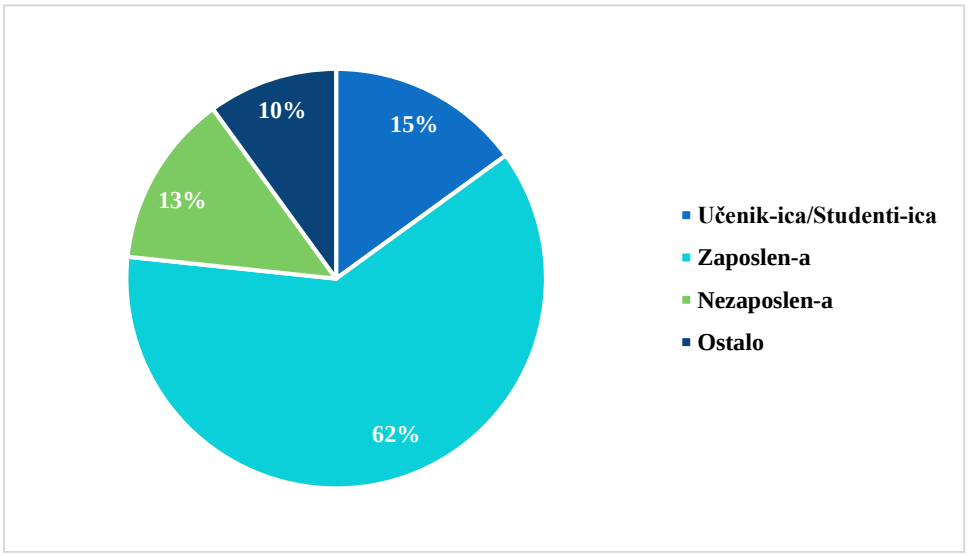
Slika 12: Struktura ispitanika po obrazovanju
Izvor: istraživanje autorice

Od 120 ispitanika njih čak 64,2% cijeli život žive, od rođenja, na Visu. Ostali stanovnici su doseljenici, no veliki dio njih živi poprilično dugo. Raspon duljine boravka na Visu od ispitanika koji su se doselili na njega i trenutno tamo žive kreće se od 1 do 50 godina. S time da je broj onih ispitanika koji tamo žive manje od 10 godina veoma malen (tek dvoje je navelo da žive povremeno, tj. dio godine žive na Visu, a dio drugdje; nadalje, dvoje žive 2 ili manje godina, sedam ispitanika od 6 do 8 godina, a svi ostali žive barem 10 i više godina).



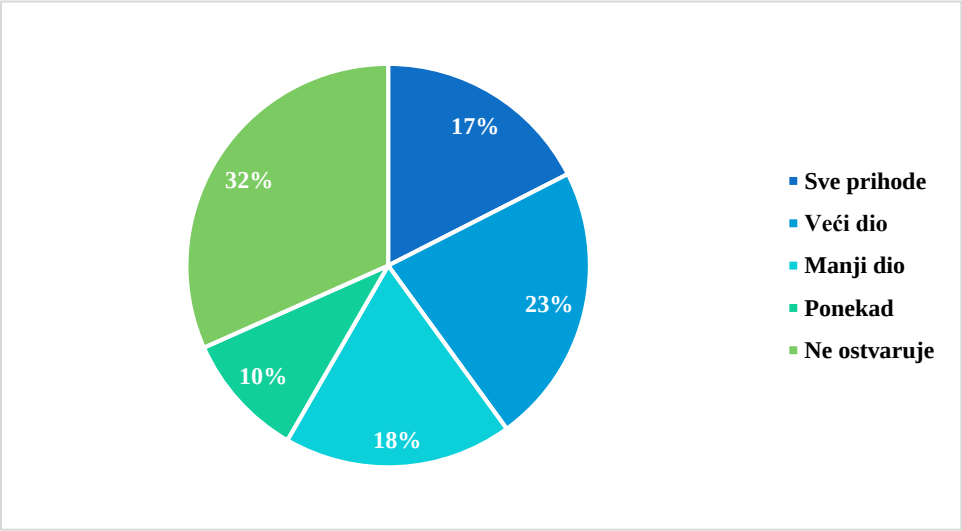
Slika 13: Struktura ispitanika prema porijeklu
Izvor: istraživanje autorice

Po pitanju radnog statusa najviše ispitanika, gotovo njih dvije trećine, tj. 62%, jest zaposleno. 15% ispitanika ima status učenika ili studenta, 13% ih je nezaposleno dok je 10% nesvrstano pod kategorijom „ostalo“ (dominantno umirovljenici).



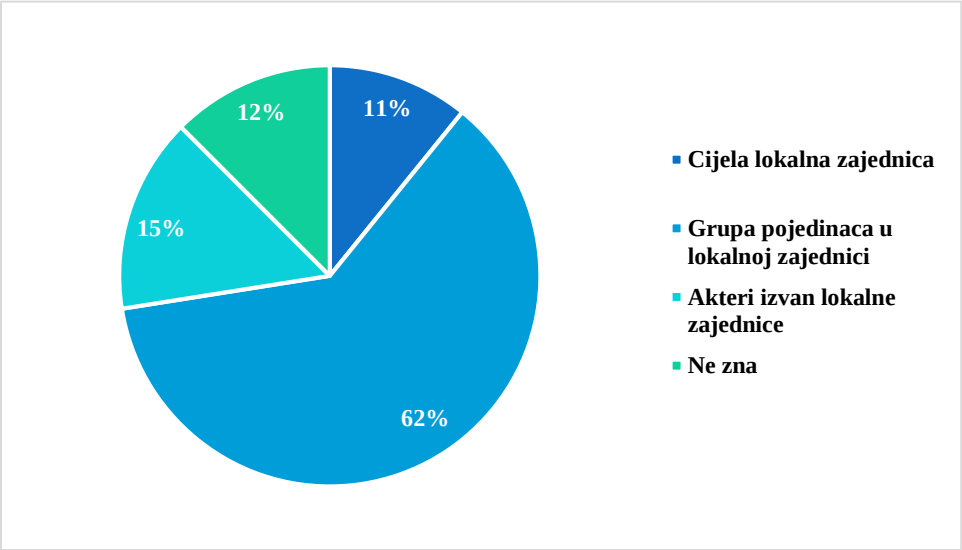
Slika 14: Struktura ispitanika prema radnom statusu
Izvor: istraživanje autorice

Najveći dio ispitanika ne ostvaruje prihode kroz turističku djelatnost, njih gotovo trećina, tj. oko 32%. Veliki dio, nešto manje od četvrtine, tj. 23%, veći dio prihoda ostvaruje kroz tuističku djelatnost, 18% ih ostvaruje manje dio, a 17% sve prihode kreira po osnovi turizma. Najmanji dio, 10% ispitanika, ponekad ostvari prihod od turizma.



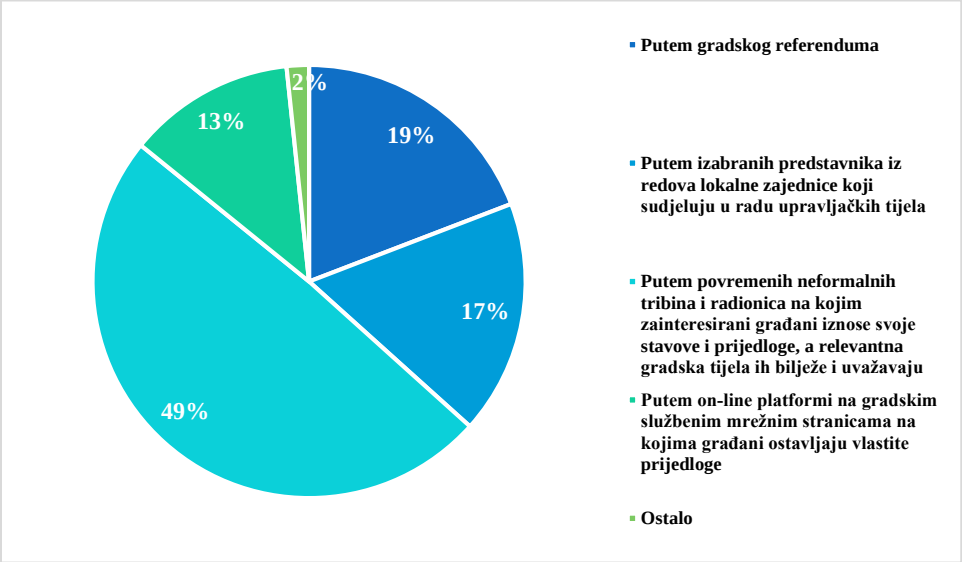
Slika 15: Struktura ispitanika prema ostvarivanju prihoda od turizma
Izvor: istraživanje autorice

Ispitanici su dominantnog mišljenja (62%) da grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici donosi odluke vezane uz razvoj turizma na otoku Visu. Manji dio ispitanika smatra da to čine akteri izvan lokalne zajednice (15%), cijela lokalna zajednica (11%) ili ne zna (12%).



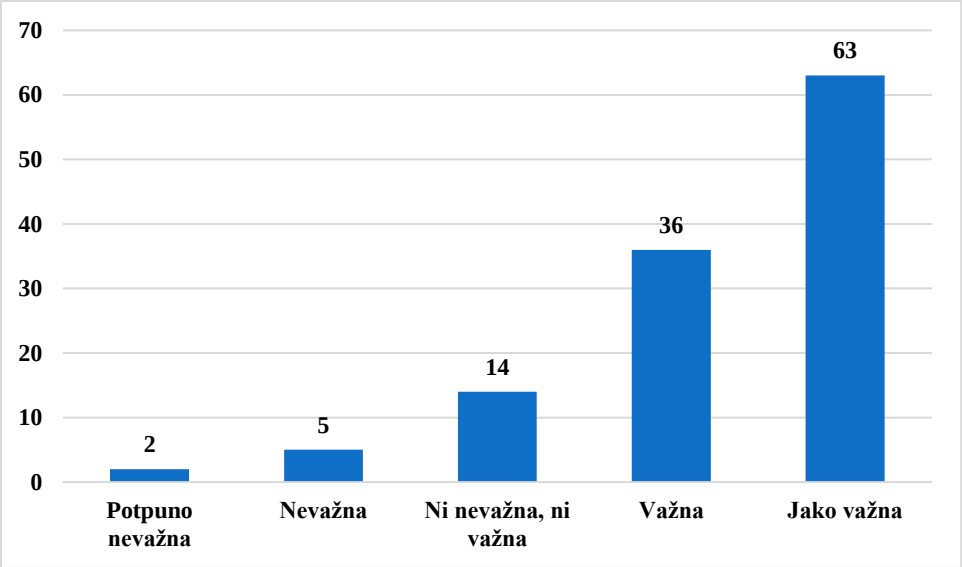
Slika 16: Mišljenje ispitanika o tome tko donosi odluke vezanih uz razvoj turizma na otoku Visu
Izvor: istraživanje autorice

Ispitanici smatraju da je najbolji način donošenja odluka vezanih za razvoj turizma na otoku Visu putem povremenih neformalnih tribina i radionica na kojim zainteresirani građani iznose svoje stavove i prijedloge, a relevantna gradska tijela ih bilježe i uvažavaju. Ovaj stavi ima gotovo polovica ispitanika, njih čak 49%. Gotovo petina stanovnika (19%) smatra da se odluke trebaju donositi putem gradskog referenduma, a 17% želi da odluke donose izabrani predstavnici iz redova lokalne zajednice koji sudjeluju u radu upravljačkih tijela. Za donošenje odluka putem on-line platformi na gradskim službenim mrežnim stranicama na kojima građani ostavljaju vlastite prijedloge je 13% ispitanika, a samo 2% bi pribjeglo drugim metodama.



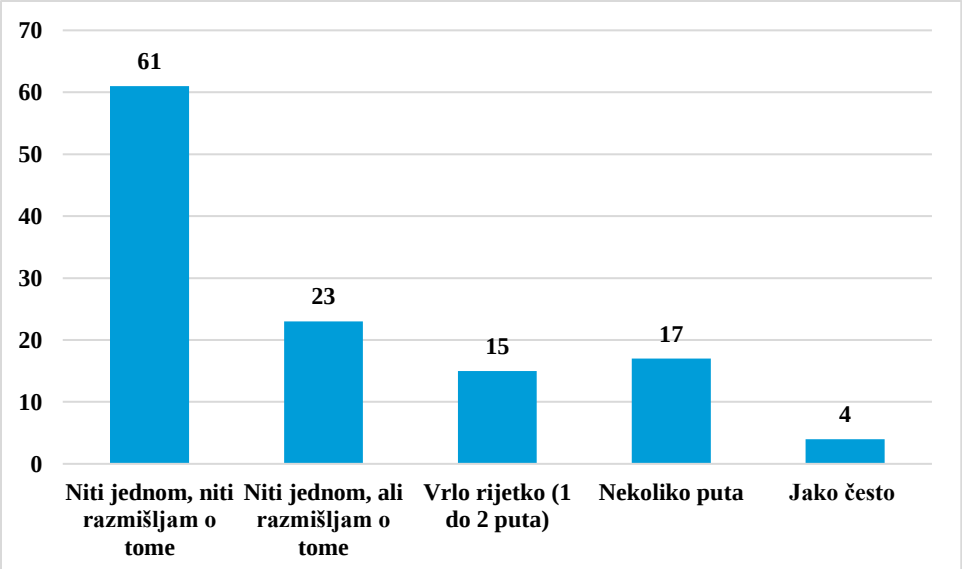
Slika 17: Mišljenje ispitanika o tome kako bi se trebale donositi odluke vezanih uz razvoj turizma na otoku Visu
Izvor: istraživanje autorice

Kada je riječ o važnosti uloge lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa, ispitanici su dominantnog mišljenja (preko 80%) da je uloga lokalne zajednice bitna. Naime, 52,5% ispitanika smatra da je uloga lokalne zajednice jako važna, a 30% ih smatra da je važna. Neutralnog mišljenja, tj. da uloga lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa nije ni važna ni nevažna, jest 11,7% ispitanika. Postotak ispitanika koji smatraju kako uloga lokalne zajednice u turizmu nije bitna su većinski u manjini. Tek 4,2% ispitanika smatra da je uloga lokalne zajednice nevažna, a zanemarivih 2,1% ih smatra da je uloga lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa jako nevažna. Odgovori su prikazani na Slici 18 koja se nalazi ispod teksta.



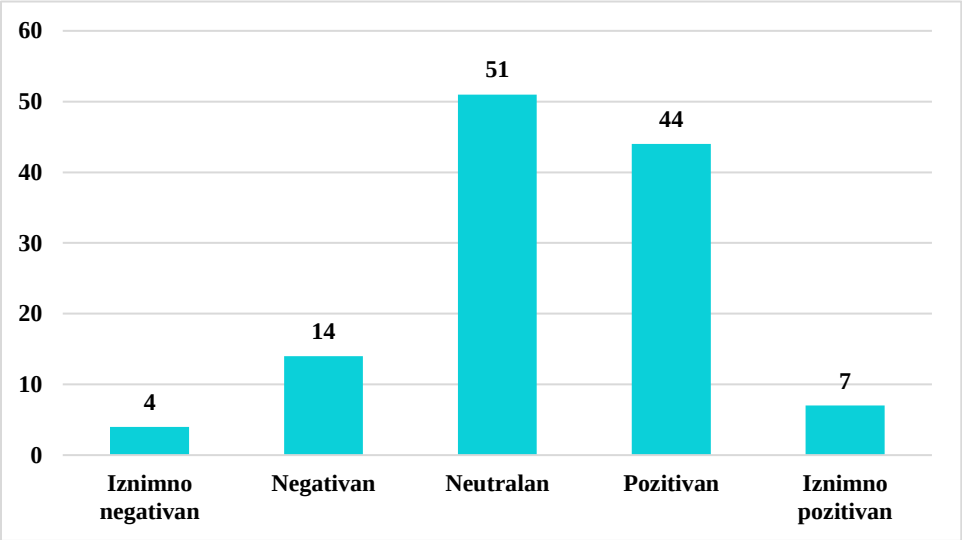
Slika 18: Mišljenje ispitanika o važnosti uloga lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa
Izvor: istraživanje autorice

Ispitanici nisu bili pretjerano često bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka s javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma na otoku Visu. Naime njih preko polovice (50,8%) nisu sudjelovali niti jednom, a ni ne razmišljaju o tome. Oko petine ispitanika, 19,2%, nisu bili uključeni niti jednom, ali razmišljaju o mogućnosti da se to promijeni. Dakle, čak 70% ispitanika nikada nije bilo uključeno u bilo kakav oblik sastanka s javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma na otoku Visu. S druge strane, 12,5% ispitanika je sudjelovalo na takvim sastancima jako rijetko, njih 14,2% nekoliko puta, a samo 3,3% jako često.



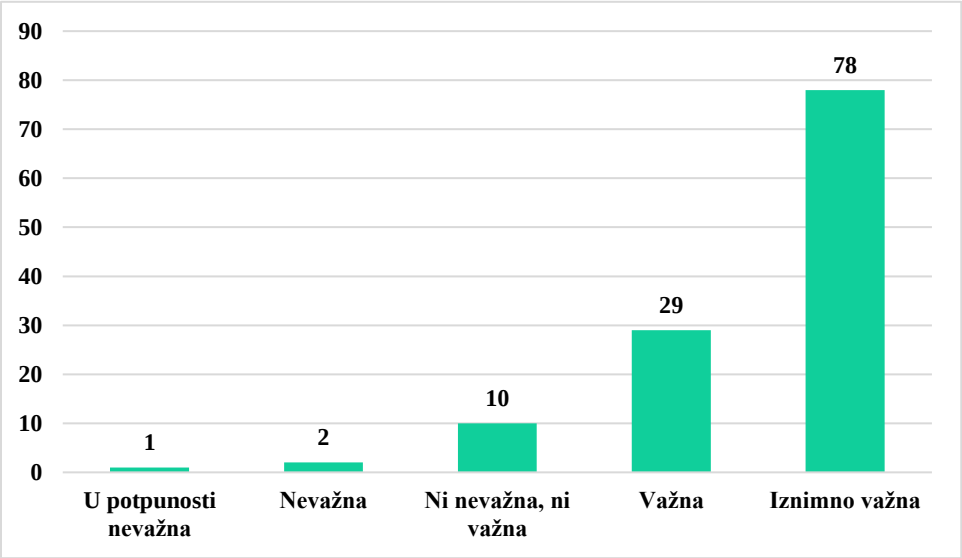
Slika 19: Sudjelovanje ispitanika bilo kakvom obliku sastanka s javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma na otoku Visu
Izvor: istraživanje autorice

Kada je u pitanja image kojeg lokalni stanovnici ostvaruju prema stranim turistima, najveći broj ispitanika, njih 42,4% je mišljenja da ne stvaraju nikakav image, tj. da je on neutralan. Veliki dio ispitanika (36,7%) smatraju da lokalna zajednica stvara pozitivan image među stranim turistima, a 5,8% ih smatra da stvara iznimno pozitivan image. Udio onih koji su mišljenja da lokalna zajednica odmaže pri kreiranju imagea prema stranim turistima je ukupno 15%. Samo je 3,3% onih koji misle da stvara iznimno negativan image, a 11,7% onih koji misle da lokalna zajednica stvara negativan image prema stranim turistima.



Slika 20: Mišljenje ispitanika o razini imagea kojeg lokalna zajednica stvara među stranim turistima
Izvor: istraživanje autorice

Nadalje, ispitanici su dominantnog stava da je edukacija lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu važna. Čak preko 89,2% ispitanika misli da je edukacija važna ili iznimno važna. I to većinski, njih ukupno 65% smatra da je iznimno važna, a 24,2% da je važna. Manji dio, 8,3% je neutralan po tom pitanju, tj. mišljenja su da edukacija lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu važna nije ni važna, ni nevažna. Zanemariv je dio onih koji smatraju da nije važna (2,5%). Samo 2 ispitanika (tj. 1,7%) smatraju da nije važna, a tek 1 ispitanik (0,8%) smatra da je u potpunosti nevažna. U nastavku (na Slici 20) su prikazani odgovori ispitanika o važnosti edukacije lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu.



Slika 21: Mišljenje ispitanika o imidžu koji lokalna zajednica ostvaruje među inozemnim turistima
Izvor: istraživanje autorice

U nastavku je prikazana deskriptivna stastika stavova lokalne zajednice otoka Visa o razvoju turizma.

Tablica 7: Deskriptivna statistika stavova lokalne zajednice otoka Visa o razvoju turizma

TVRDNJA	N	Min.	Maks.	Ar. Sr.	St. Dev.
Turizam je doveo do povećanja potrošnje na Visu	120	1	5	3,96	1,260
Turizam je stvorio nova radna mjesta na Visu	120	1	5	3,89	1,269
Turizam je donio brojne ekonomske koristi lokalnom stanovništvu i malim poduzetnicima na Visu	120	1	5	3,74	1,233
Ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca poreznih obveznika	120	1	5	2,05	0,986
Turizam je doveo do neugodnih gužvi na plažama, šetnicama, parkovima i ostalim vanjskim prostorima otoka Visa	120	1	5	2,70	1,261
Gradnja hotela i turističkih sadržaja uništila je prirodni okoliš Visa	120	1	5	2,34	0,966
Turizam je doveo do prometne zagušenosti i onečišćenja okoliša na Visu	120	1	5	2,77	1,121
Lokalno stanovništvo trpi zbog toga što živi u turističkom području	120	1	5	2,33	1,101
Turizam je doveo do porasta vandalizma na Visu	120	1	5	2,28	0,978
Turizam je potaknuo različite kulturne aktivnosti lokalnog stanovništva na Visu	120	1	5	3,38	1,217
Upoznavanje turista iz drugih regija je vrijedno iskustvo za bolje razumijevanje njihove kultura i društva	120	1	5	3,82	1,347
Turizam je proizveo pozitivne učinke na kulturni identitet naše zajednice	120	1	5	3,58	1,234
Turizam je najvažnija gospodarska „djelatnost“ na Visu	120	1	5	3,72	1,263
Turizam pomaže Visu da se razvija u pravom smjeru	120	1	5	3,40	1,095
Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu na Visu	120	1	5	3,84	1,152
Ponosan sam što turisti dolaze na Vis	120	1	5	3,83	1,252
Vjerujem kako stanovnici otoka Visa imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	120	1	5	2,38	1,086
Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma na otoku Visu	120	1	5	2,70	1,213

Izvor: istraživanje autorice (izrada u programu Stata 13.0)

U Tablici 7 prikazana je deskriptivna statistika stavova lokalne zajednice otoka Visa o razvoju turizma: minimalna i maksimalna vrijednost za svaku varijablu, aritmetička sredina i standardna devijacija. Tvrdnje je bilo moguće ocjenjivati na Likertovoj skali od 1 (u potpunosti se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem). Vidljivo je da je na svaku od tvrdnja bila ponuđena ekstremna minimalna i maksimalna vrijednost. Najveću aritmetičku sredinu ima tvrdnja o tome da je turizam doveo do povećanja potrošnje na otoku Visu. Ta ocjena u prosjeku iznosi 3,96 što je vrlo približno vrijednosti tvrdnje „slažem se“ koja ima ocjenu 4. Standardna devijacija navedene tvrdnje iznosi 1,26 što znači da je prosječno odstupanje od prosjeka za 1,26 ocjena. Ispitanici se uvjerljivo najmanje slažu s tvrdnjom da je ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca poreznih obveznika. Prosječna ocjena u tom slučaju je 2,05 što je vrlo blizu tvrdnji „ne slažem se“ kojoj je pridodana ocjena 2.

5.3. Testiranje i osvrt na postavljene hipoteze

U nastavku slijedi testiranje istraživačkih hipoteza uz primjenu odgovarajućih statističkih testova.

5.3.1. Testiranje hipoteze od tome da lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu

Testiranje započinje s prvom istraživačkom hipotezom koja glasi:

H1: Lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu.

Za prihvaćanje ili odbacivanje ove hipoteze potrebno je izvršiti testiranje pomoćnih hipoteza.

H1a: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa.

H1b: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u donošenju relevantnih odluka za razvoj turizma na otoku Visu.

H1c: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u stvaranju pozitivnog imidža otoka Visa među turistima.

H1d: Potrebne su daljnje edukacije članova lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu kako bi i dalje doprinosili razvoju turizma na otoku.

Za svaku od navedene četiri tvrdnje (iskazane kroz četiri pomoćne hipoteze) u anketnom upitniku bilo je postavljeno pitanje na koje su ispitanici trebali dati ocjenu od 1 do 5 na Likertovoj skali. U svim slučajevima ocjena 1 je predstavljala najnegativniju ocjenu (npr. ne sudjelovanje u donošenju odluka niti razmišljanje o tome, potom da u potpunosti ne sudjeluju u stvaranju turističkih sadržaja i ponudu, da kreiraju skroz negativan imidž te da edukacije opće nisu potrebne za daljnji doprinos turizmu). Pozitivnost tvrdnji je progresivno rasla, pa je ocjena 3 za sve tvrdnje predstavljala neutralnu vrijednost dok je ocjena 5 predstavljala najpozitivniju ocjenu (npr. jako često sudjelovanje u javnim raspravama, jako važno sudjelovanje u kreiranju turističke ponude, iznimno pozitivan imidž te iznimnu važnost edukacija).

Nadalje, prethodno opisane tvrdnje su pretežno pozitivne tvrdnje. Stoga, kako bi se potvrdila (ili odbacila) svaka od pomoćnih hipotezi provest će se jednosmjerno testiranje hipoteze o prosječnoj vrijednosti jednog osnovnog skupa na gornju granicu. Hipotezom H_0 se tvrdi da vrijednost aritmetičke sredine osnovnoga skupa ne premašuje pretpostavljenu vrijednost $\bar{X}_0$. Alternativnom hipotezom tvrde se da je aritmetička sredina osnovnoga skupa veća od pretpostavljene vrijednosti (Rozga, 2006). Dakle, kako je već rečeno, navedene tvrdnje su pretežno pozitivne i želi se dokazati da se mogu prihvatiti. Stoga će kao referentna vrijednost u testiranju biti odabrana vrijednost 3,5 iz razloga što se na Likertovoj skali nalazi na polovici između neutralne (3) i umjereno pozitivne (4) (te sve što je veće od 3,5 „naginje pozitivnosti“) tvrdnje. Pa se pretpostavlja da ako se može kao statistički značajno prihvatiti da je aritmetička sredina osnovnoga skupa veća od 3,5 (tj. dođe do odbacivanja nulte hipoteze), da je potvrđena statistička značajnost „pozitivnosti“ tvrdnje i istraživačka hipoteza se u tom slučaju može prihvatiti.

Hipoteze t-testa se postavljaju na sljedeći način (Rozga, 2006):

$$H_0: \bar{X} \leq \bar{X}_0$$
$$H_1: \bar{X} > \bar{X}_0$$

Dakle, kako je istaknuto, kao referentna vrijednost uzeta je ocjena 3,5 pa se postavljaju naredne hipoteze:

$$H_0: \bar{X} \leq 3{,}5$$
$$H_1: \bar{X} > 3{,}5$$

Istraživanje se provodi u programu Stata 13.0. U tom programu automatski se postavljaju hipoteze t-testa kako prikazuje Tablica 8.

Tablica 8: Postavljanje hipoteza za t-test u programu Stata 13.0.

1. slučaj	2. slučaj	3. slučaj
$\boldsymbol{H_0}$: ... $\boldsymbol{\bar{X} = \bar{X}_{mm}}$	H_0: ... $\bar{X} = \bar{X}_{mm}$	H_0: ... $\bar{X} = \bar{X}_{mm}$
$\boldsymbol{H_1}$: ... $\boldsymbol{\bar{X} < \bar{X}_{mm}}$	H_1: ... $\bar{X} \neq \bar{X}_{mm}$	H_1: ... $\bar{X} > \bar{X}_{mm}$

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa Stata 13.0.

Iz tablice se primjećuje da je za nas najbitniji test onaj koji se odnosi na 3. slučaj, te je nulta hipoteza tog testa postavljena na nešto općenitiji način (Rozga, 2006).

U nastavku slijedi testiranje svake tvrdnje pomoću t-testa u programu Stata 13.0. Testiranje se vrši na razini empirijske signifikantnosti od 5%.

Tablica 9: Testiranje tvrdnje o važnosti uloge lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa

One-sample t test						
Variable	**Obs**	**Mean**	**Std. Err.**	**Std. Dev.**	**[95% Conf. Interval]**	
Zad. host.	120	4.275	.0861262	.9434649	4.104462	4.445538
mean =	mean(tur_ponuda)				t =	8.9984
Ho: mean =	3.5				degrees of freedom =	119
	Ha: mean < 3.5		Ha: mean !=	3.5	**Ha: mean > 3.5**	
	Pr(T < t) = 1.0000		Pr(T > t) =	0.000	**Pr(T > t) = 0.0000**	

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa Stata 13.0

Na temelju empirijske signifikantnosti od 0.00(<0.05) za 3.slučaj u Tablici 9 potvrđuje se da je uloga lokalne zajednice važna u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa. Potvrđena je H1a.

Tablica 10: Testiranje tvrdnje o razina uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu

One-sample t test					
Variable	**Obs**	**Mean**	**Std. Err.**	**Std. Dev.**	**[95% Conf. Interval]**

Zad. host.	120	2	.1122722	1.22988	1.77769	2.22231
mean =	mean(jav_rasprava)				t =	-13.3604
Ho: mean =	3.5				degrees of freedom =	119
	Ha: mean < 3.5		Ha: mean !=	3.5	Ha: mean > 3.5	
	Pr(T < t) = 0.0000		Pr(T > t) =	0.000	Pr(T > t) =1.0000	

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa Stata 13.0

Na temelju empirijske signifikantnosti od 1.00(>0.05) za 3.slučaj u Tablici 10 ne može se potvrditi da je lokalna zajednica uključena u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu u toj mjeri da je sposobna utjecati na odluke. Štoviše, vidimo da je potvrđen 1. slučaj u Tablici 10 što znači da je aritmetička sredina (2,0) značajno manja od testirane vrijednosti (3,5). Odbacuje se H1b.

Tablica 11: Testiranje tvrdnje o razini imagea kojeg lokalna zajednica stvara među stranim turistima

One-sample t test						
Variable	**Obs**	**Mean**	**Std. Err.**	**Std. Dev.**	**[95% Conf. Interval]**	
Zad. host.	120	3.3	.0799159	.8754351	3.141758	3.458242
mean =	mean(image)				t =	-2.5026
Ho: mean =	3.5				degrees of freedom =	119
	Ha: mean < 3.5		Ha: mean !=	3.5	Ha: mean > 3.5	
	Pr(T < t) = 0.0068		Pr(T > t) =	0.0137	Pr(T > t) = 0.9932	

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa Stata 13.0

Na temelju empirijske signifikantnosti od 0.99(>0.05) za 3.slučaj u Tablici 11 ne može se potvrditi da je lokalna zajednica stvara pozitivan image među stranim turistima otoku Visu. Uočljivo je da je potvrđen 1. slučaj u Tablici 11 što znači da je aritmetička sredina značajno manja (3,3) od testirane vrijednost (3,5) te se čak naginje ka tome da aritmetička sredina stvara neutralan image, tj. opće ga ne stvara. Odbacuje se H1c.

Tablica 12: Testiranje tvrdnje o važnosti edukacija lokalne zajednice o raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu

One-sample t test						
Variable	**Obs**	**Mean**	**Std. Err.**	**Std. Dev.**	**[95% Conf. Interval]**	
Zad. host.	120	4.508333	.0719826	.7885295	4.365801	4.650866
mean =	mean(edukacije)				t =	14.0080
Ho: mean =	3.5				degrees of freedom =	119
	Ha: mean < 3.5		Ha: mean !=	3.5	**Ha: mean > 3.5**	
	Pr(T < t) = 1.0000		Pr(T > t) =	0.000	**Pr(T > t) = 0.0000**	

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa Stata 13.0

Na temelju empirijske signifikantnosti od 0.00(<0.05) za 3.slučaj u Tablici 12 potvrđuje se važnost edukacija lokalne zajednice o raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu otoka Visa. Potvrđena je H1d.

Tablica 13: Donošenje zaključka o istraživačkoj hipotezi H1

HIPOTEZA	ZAKLJUČAK
H1: Lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu.	✓ / ✗
H1a: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa.	✓
H1b: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u donošenju relevantnih odluka za razvoj turizma na otoku Visu.	✗
H1c: Članovi lokalne zajednice sudjeluju u stvaranju pozitivnog imidža otoka Visa među turistima.	✗
H1d: Potrebne su daljnje edukacije članova lokalne zajednice u raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu kako bi i dalje doprinosili razvoju turizma na otoku.	✓

Izvor: izrada autorice

Kao što je vidljivo iz Tablice 13, dvije pomoćne hipoteze su potvrđene dok su dvije odbačene. Stoga, ne može se donijeti jednoznačan zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju istraživačke hipoteze H1. **Na temelju iznesenih tvrdnji u konačnici se donosi zaključak da se djelomično prihvaća istraživačka hipoteza H1 o tome da lokalna zajednica značajno doprinosi razvoju turizma na otoku Visu.**

5.3.2. Testiranje hipoteze od tome da postoji razlika u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa s obzirom na demografska obilježja o različitim aspektima razvoja turizma na otoku Visu

Druga glavna istraživačka hipoteza glasi:

H2: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa s obzirom na demografska obilježja o različitim aspektima razvoja turizma na otoku Visu.

Zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju istraživačke hipoteze H2 će se donijeti na temelju testiranja pomoćnih hipoteza.

H2a: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o učincima turizma na Vis s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

H2b: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o dosadašnjem razvoju turizma na otoku Visu s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

H2c: Postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa o načinima uključivanja stanovnika u procese upravljanja razvojem turizma s obzirom na njihova socio-demografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja, angažman u turizmu).

Sve razlike u stavovima bit će testirane pomoću Kruskal-Walllis testa. Ovaj test primjenjuje se za više od dva nezavisna uzorka koja se mjere pomoću redoslijedne skale (Pivac, 2010).

Postavljaju se hipoteze:

$\boldsymbol{H_0}$ - *ne postoji razlika u stavovima predstavnika lokalne zajednice s obzirom na socio-demografska obilježja.*

$\boldsymbol{H_1}$ - *postoji razlika u stavovima predstavnika lokalne zajednice s obzirom na socio-demografska obilježja.*

Testiranje se vrši na razini empirijske signifikantnosti od 5% uz pomoć programa SPSS.

Tablica 14: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o učincima turizma na Visu

		T1	T2	T3	T4	T5	T6
Spol	Chi-Square	6,589	13,188	8,970	,021	9,239	10,920
	df	1	1	1	1	1	1
	Asymp. Sig.	**,010**	**,000**	**,003**	,885	**,002**	**,001**
Dob	Chi-Square	6,858	7,793	5,603	4,953	,667	1,699
	df	5	5	5	5	5	5
	Asymp. Sig.	,231	,168	,347	,422	,985	,889
Obrazovanje	Chi-Square	10,678	12,116	15,469	8,170	4,194	,877
	df	3	3	3	3	3	3
	Asymp. Sig.	**,014**	**,007**	**,001**	**,043**	,241	,831
Stupanj uključenosti u turizam	Chi-Square	6,287	13,308	3,517	,933	1,252	2,092
	df	4	4	4	4	4	4
	Asymp. Sig.	,179	,010	,475	,920	,869	,719
		T7	**T8**	**T9**	**T10**	**T11**	**T12**
Spol	Chi-Square	12,357	1,699	4,486	18,788	11,586	10,095
	df	1	1	1	1	1	1
	Asymp. Sig.	**,000**	,192	,034	**,000**	**,001**	**,001**
Dob	Chi-Square	1,982	4,054	3,512	1,592	5,445	2,956
	df	5	5	5	5	5	5
	Asymp. Sig.	,852	,542	,622	,902	,364	,707

Obrazovanje	Chi-Square	1,760	6,548	,192	14,330	3,719	11,609
	df	3	3	3	3	3	3
	Asymp. Sig.	,624	,088	,979	**,002**	,293	**,009**
Stupanj uključenosti u turizam	Chi-Square	,825	3,942	1,440	3,058	3,559	4,975
	df	4	4	4	4	4	4
	Asymp. Sig.	,935	,414	,837	,548	,469	,290

T1: Turizam je doveo do povećanja potrošnje na Visu
T2: Turizam je stvorio nova radna mjesta na Visu
T3: Turizam je donio brojne ekonomske koristi lokalnom stanovništvu i malim poduzetnicima na Visu
T4: Ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca poreznih obveznika
T5: Turizam je doveo do neugodnih gužvi na plažama, šetnicama, parkovima i ostalim vanjskim prostorima otoka Visa
T6: Gradnja hotela i turističkih sadržaja uništila je prirodni okoliš Visa
T7: Turizam je doveo do prometne zagušenosti i onečišćenja okoliša na Visu
T8: Lokalno stanovništvo trpi zbog toga što živi u turističkom području
T9: Turizam je doveo do porasta vandalizma na Visu
T10: Turizam je potaknuo različite kulturne aktivnosti lokalnog stanovništva na Visu
T11: Upoznavanje turista iz drugih regija je vrijedno iskustvo za bolje razumijevanje njihove kultura i društva
T12: Turizam je proizveo pozitivne učinke na kulturni identitet naše zajednice

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa SPSS

U Tablici 13 je moguće vidjeti razliku u stavovima o učincima turizma na Visu s obzirom na socio-demografska obilježja. Razlike za većinu tvrdnji (10 od 12) postoje s obzirom na spol te za postoje za polovinu tvrdnji (6 od 12) s obzirom na obrazovanje. Ne postoji niti jedna razlika s obzirom na dob ili stupanj uključenosti u turizam tako da se istraživačka hipoteza H2a ne može prihvatiti.

Tablica 15: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o razvoju turizma na Visu

		T1	T2	T3	T4	T5	T6
Spol	Chi-Square	6,904	1,817	1,150	5,190	2,764	3,041
	df	1	1	1	1	1	1
	Asymp. Sig.	**,009**	,178	,284	**,023**	,096	,081
Dob	Chi-Square	6,730	2,666	5,082	1,632	7,231	7,250
	df	5	5	5	5	5	5
	Asymp. Sig.	,241	,751	,406	,897	,204	,203
Obrazovanje	Chi-Square	11,653	8,441	12,760	15,020	3,376	5,738
	df	3	3	3	3	3	3
	Asymp. Sig.	**,009**	**,038**	**,005**	**,002**	,337	,125
Stupanj uključenosti u turizam	Chi-Square	1,839	4,678	6,127	3,915	7,398	2,198
	df	4	4	4	4	4	4
	Asymp. Sig.	,765	,322	,190	,418	,116	,699

T1: Turizam je najvažnija gospodarska „djelatnost“ na Visu
T2: Turizam pomaže Visu da se razvija u pravom smjeru
T3: Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu na Visu
T4: Ponosan sam što turisti dolaze na Vis
T5: Vjerujem kako stanovnici otoka Visa imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu
T6: Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa SPSS

Može se uočiti da razlike u određenim stavovima lokalne zajednice otoka Visa, o razvoju turizma na Visu, s obzirom na socio-demografska obilježja postoje, ipak, dominantno, ne postoji razlika u tim stavovima stoga se H2b odbacuje.

Tablica 16: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o načinima uključivanja stanovnika u procese upravljanja razvojem turizma na Visu

Spol	Chi-Square	3,041
	df	1
	Asymp. Sig.	,081
Dob	Chi-Square	7,250
	df	5
	Asymp. Sig.	,203
Obrazovanje	Chi-Square	5,738
	df	3
	Asymp. Sig.	,125
Stupanj uključenosti u turizam	Chi-Square	2,198
	df	4
	Asymp. Sig.	,699

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa SPSS

Iz Tablice 16 je uočljivo kako ne postoji razlika u stavovima o načinima uključivanja stanovnika u procese upravljanja razvojem turizma na otoku Visu ni po jednom socio-demografskom obilježju stoga se H2c odbacuje.

Iako su u pojedinim pomoćnim hipotezama uočene određene razlike u stavovima s obzirom na određena socio-demografska obilježja, H2a i H2b se zbog velike većine tvrdnji u kojima nema razlike u socio-demografskim oblilježjima između stanovnika lokalne zajednice Visa, nisu mogli potvrditi. H2c je odbačeno „jednoglasno“. Zbog toga što su H2a i H2b većinski odbačeme, a H2c u potpunosti, **ne može se prihvatiti hipoteza H2 o tome da postoje značajne razlike u stavovima predstavnika lokalne zajednice Visa s obzirom na demografska obilježja o različitim aspektima razvoja turizma na otoku Visu.**

5.3.3. Testiranje hipoteze od vezi stupnja uključenosti predstavnika lokalne zajednice u procese upravljanja razvoje turizma i njihova angažmana u turističkim djelatnostima

Posljednja istraživačka hipoteza (za koju nisu korištene pomoćne hipoteze) glasi:

H3: Stupanj uključenosti predstavnika lokalne zajednice Visa u procesu upravljanja razvojem turizma u direktnoj je i pozitivnoj vezi s činjenicom njihova angažmana u turističkim djelatnostima.

Testiranje ove hipoteze izvršit će se uz pomoć Pearsonovog koeficijenta korelacije. Pod pojmom korelacija podrazumijeva se međuzavisnost ili povezanost slučajnih numeričkih varijabli. Najpoznatija mjera linearne korelacije između slučajnih varijabli je Pearsonov koeficijent linearne korelacije (r). Postavljaju se sljedeće hipoteze testiranja (Pivac, 2010):

$$H_0 \dots r = 0$$
$$H_1 \dots r \neq 0$$

Koeficijent može poprimiti vrijednost od 0 do 1 (apsolutno, dakle može biti i pozitivan i negativan). Što je vrijednost bliža 1 veća je povezanost između dvije varijable. Ako je povezanost značajna do 0,5 se smatra blagom povezanošću, od 0,5 do 0,8 umjerenom povezanošću, a sve preko toga jakom povezanošću dviju varijabli.

U nastavku slijedi testiranje.

Tablica 17: Koeficijent korelacije za razinu uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma i stupanj ostvarivanja prihoda kroz turističku djelatnost

		Razina uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu	Ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti?
Razina uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu	Pearson Correlation	1	,249**
	Sig. (2-tailed)		**,006**
	N	120	120
Ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti?	Pearson Correlation	,249**	1
	Sig. (2-tailed)	**,006**	
	N	120	120
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Izvor: izrada autorice uz pomoć programa SPSS

Uočljivo je da je postoji pozitivna i blaga (Pearsonov koeficijent korelacije iznosi 0,249) između razine uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu i ostvarivanja prihoda kroz neki oblik turističke djelatnosti. Korelacija je statitsički značajna na nivou od 1% te to znači da se može prihvatiti činjenica o postojanju veze između navedene promatrane dvije varijable. **Na temelju toga potvrđuje se H3 o tome da je stupanj uključenosti predstavnika lokalne zajednice Visa u procesu upravljanja razvojem turizma u direktnoj je i pozitivnoj vezi s činjenicom njihova angažmana u turističkim djelatnostima.**

6. ZAKLJUČAK

Snažan progresivan rast kojeg ostvaruje turizam na svjetskoj razini potiče čitav gospodarski rast, rast zaposlenosti i društveni razvoj. Prema izvještaju UNWTO-a iz 2016.godine, turizam čini 10% svjetskog GDP-a što ukazuje na sve veću značajnost turizma u svjetskom GDP-u. Turizam u svom rastu i razvoju uzrokuje posljedice na receptivne destinacije, međunarodnu trgovinu i ekonomiju te na ekologiju. Te posljedice nije moguće spriječiti nego je njima potrebno upravljati. Kada se govori o otočnim destinacijama, turizam je, u gospodarskom smislu, važniji za otočne nego za kopnene destinacije, te na otočne destinacije i stanovništvo utječe u većem opsegu nego u kopnenim destinacijama; otočna gospodarstva su mala, izolirana, orijentirana poljoprivredi i ribarstvu pa uzimajući u obziru tu činjenicu, ne čudi kako je većina otoka prihvatila turizam kao jedinu razvojnu mogućnost. Otočne destinacije pružaju jedinstven doživljaj kulture, prirode i načina života lokalnog stanovništva što pobuđuje sve veći interes kod posjetitelja i turista pa često broj turista premašuje broj stanovništva otoka što dovodi do povećanog pritiska na sociokulturno okruženje i na razvoj turizma i ekonomije. Turizam je vodeća gospodarska grana i na hrvatskim otocima te značajno pridonosi njihovom ekonomskom razvoju, najviše u zaposlenju i ugostiteljskim djelatnostima te nizu infrastrukturnih funkcija. U samom procesu razvoja i upravljanja turizmom u destinaciji, potrebno je uključiti lokalnu zajednicu jer se na taj način stvara kvalitetan i održiv pristup razvoju turizma na lokalnoj razini. Planiranje turizma treba biti temeljeno na prioritetima koje određuje lokalna zajednica i stanovništvo, a zadovoljstvo stanovništva razvojem turizma ovisit će o stupnju uključenosti lokalne zajednice u odlučivanju o razvoju turizma. Ključni element za uključivanje lokalne zajednice u planiranje i razvoj turizma je osnaživanje i osposobljavanje lokalne zajednice kako bi mogla doprinjeti kvalitetnom rastu i razvoju turizma destinacije. Budući da je otok Vis bio zatvoren za strance i bilo kakav oblik turizma, relativno je „mlada“ destinacija koja se još uvijek nalazi u fazi „uzleta“.

Glavni cilj ovog rada je bio istražiti ulogu lokalne zajednice u turističkom razvoju na otoku Visu. U svrhu testiranja postavljene su istraživačke hipoteze te je provedeno anketno istraživanje među stanovnicima otoka Visa o stavovima vezanim za razvoj turizma i njihovoj ulozi u razvoju turizma. Uzimajući u obzir važnost sudjelovanja svih dionika lokalne zajednice u razvoju turizma na otoku Visu i rezultate anketnog istraživanja, ne može sa

sigurnošću potvrditi da lokalna zajednica na otoku Visu značajno pridonosi razvoju turizma na otoku što potencijalno može biti problematično za daljni održivi razvoj turizma i utjecaj turizma na život otočana. Prema mišljenju stanovnika otoka Visa, uloga lokalne zajednice je jako važna u razvoju turizma te se u budućnosti svi dionici razvoja turizma moraju više uključivati u sam proces planiranja i odlučivanja u u turizmu. Istraživanje potvđuje kako je edukacija lokalne zajednice iznimno važna za obavljanje poslava vezanih za turizam. Odluke važne za samo planiranje i razvoj turizma ne bi smjela donositi samo grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici nego svi dionici u turizmu, a lokalne vlasti bi trebale biti zadužene da kod svih dionika turizma pobude interese za uključivanje u planiranje i razvoj turizma na otoku budući da je turizam najvažnija gospodarska djelatnost i najveći izvor prihoda samih gradova Visa i Komiže i svih otočana. Hoće li turizam na otoku Visu biti „blagoslov ili prokletstvo“ ovisi ponajprije o lokalnom stanovništvu i zajednici jer samo kvalitetnim planiranjem razvoja i osnaživanjem svih dionika se može postići dugoročan i održiv lokalno potican razvoj turizma.

LITERATURA

1. Affeld, D. (1975). Social aspects of the development of tourism. United Nations, Planning and development of the tourist industry in the ECE region. United Nations, New York, USA, 109-115.
2. Agarwal, R. K., & Nangia, S. (1974). Economic and employment potential of archaeological monuments in India. Asia Publishing House.
3. Ahlert, G. (2008). Estimating the economic impact of an increase in inbound tourism on the German economy using TSA results. Journal of Travel Research.
4. Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2012). Understanding the role of stakeholder in the formation of tourist friendly destination concept. Journal of Management and Sustainability, 2(2), 69.
5. Archer, B. H. (1982). The value of multipliers and their policy implications. Tourism Management, 3(4), 236-241.
6. Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L., & Theobald, W. F. (2005). Global tourism.
7. Aronsson, L., Lockhart, D. G., & Drakakis-Smith, D. (1997). Island tourism: Trends and prospects.
8. Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). Effective community based tourism: a best practice manual. Asia pacific economic cooperation (APEC) tourism working group. Gold coast, Australia: sustainable tourism cooperative research centre.
9. Baldacchino, G. (2012). The lure of the island: a spatial analysis of power relations. Journal of Marine and Island Cultures, 1(2), 55-62.
10. Beeton, S. (2006). Community development through tourism. Landlinks Press.
11. Blazevic, B. (2007). Turizam u gospodarskom sustavu. Sveuciliste u Rijeci, Fakultet za turisticki i hotelski menadzment, Opatija.
12. Briguglio, L., Briguglio, M., Butler, R., & Harrison, D. (1996). Sustainable tourism in the Maltese islands. Sustainable tourism in islands and small states: case studies., 162-179.
13. Breugel, V. L. (2013). Community-based tourism: Local participation and perceived impacts: a comparative study between two communities in Thailand, Radboud University Nijmegen. *Retrieved from*, S0860182.
14. Coccossis, H. N. (1987). Planning for islands. Ekistics, 84-87.
15. Conlin, M. V., & Baum, T. (1995). Island tourism: management principles and practice. John Wiley & Sons.
16. Croes, R. R. (2006). A paradigm shift to a new strategy for small island economies: Embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. Tourism Management, 27(3), 453-465.
17. Dabphet, S. The key stakeholders in the implementation of sustainable tourism development in two rural towns of Thailand.
18. Dann, Graham MS, L. Briguglio, R. Butler, and D. Harrison. Socio-cultural issues in St Lucia's tourism. Pinter, 1996.

19. Defilippis, J. (2002). O gospodarskom razvoju hrvatskih otoka. Sociologija i prostor, 39(1/4 (151/154)), 83-96.
20. Dodds, R., & Graci, S. (2012). Sustainable tourism in island destinations. Routledge.
21. Dragičević, M., Lisjak, S., Villi, M. (2009). Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma. Program Ujedinjenih naroda za razvoj. Horwath i Horwath Consulting Zagreb
22. Državni zavod za statistiku (2016). Dolasci i noćenja turista u 2015. Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-02_01_2015.htm [pristupljeno 21.08.2016.].
23. Dulčić, A.(1991). Turizam: načela razvoja i praksa. Institut za turizam, Zagreb; Split
24. Dulčić, A., & Petrić, L. (2001). Upravljanje razvojem turizma. Marketing-tehnologija.
25. Europska komisija, 2016b. Tourism statistics. Dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics [pristupljeno 30.06.2016.]
26. Fariborz A,, Sarjit S.g.,Farshid A., Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach, Journal of American Science, 2010;6(2):155-161]
27. Faričić, J., & Magaš, D. (2004). Suvremeni socio-geografski problemi malih hrvatskih otoka–primjer otoka Žirja. Geoadria, 9(2), 125-158.
28. Farrell, B. H. (1985). South Pacific tourism in the mid-1980s. Tourism Management, 6(1), 55-60.
29. Farrell, B. H., & Runyan, D. (1991). Ecology and tourism. Annals of Tourism Research, 18(1), 26-40.
30. Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). The tourism development handbook: a practical approach to planning and marketing. Thomson Learning.
31. Grad Vis (2015). Razvojna strategija za razdoblje 2015. - 2020. Godine, radna verzija za javnu raspravu, 2015. Preuzeto s http://www.gradvis.hr/images/stories/Objava1.pdf [pristupljeno 20.07.2016.].
32. Grgona, J. (2002). Turizam u funkciji gospodarskog razvitka hrvatskih otoka. Ekonomski pregled, 53(7-8), 738-749.
33. Gunn, C. A. (1994). Emergence of effective tourism planning and development. Tourism: the state of the art, 10-19.
34. Harrison, D. (2004). Tourism in Pacific islands. The Journal of Pacific Studies, 26(1), 1-28.
35. Hulme, D., & Murphree, M. (2001). African wildlife and livelihoods: the promise and performance of community conservation. James Currey Ltd.
36. Jelinčić, D. A. (2006). Turizam vs. Identitet Globalizacija i tradicija. Etnološka istraživanja, (11), 161-183.
37. Karuza, B. (2011). Selektivni oblici turizma na otoku Visu. Diplomski rad, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu.
38. Krešić, D. (2007). Faktori atraktivnosti turističkih destinacija u funkciji konkurentnosti. Acta turistica, 19(1), 45-82.
39. Kulenović Z., Slišković M. (2016). Metodologija znanstvenoistraživačkog rada-važnije znanstvene metode, Pomorski fakultet u Splitu, Sveučilište u Splitu,

40. Latimer, H. (1985). Developing-island economies—tourism v agriculture. Tourism management, 6(1), 32-42.
41. Lockart, C., Coughlin, R. M., Ellis, R. J., & Grendstad, G. (1997). Measuring and applying grid–group theory: an alternative to liberal–conservative ideology and Inglehart's schema.
42. Magaš, D. (2008). Destination management–models and techniques.
43. Marzuki, A. (2011). Resident attitudes towards impacts from tourism development in Langkawi Islands, Malaysia. World Applied Sciences Journal, 12(T&H)), 25-34.
44. McElroy, J. L., & De Albuquerque, K. (1998). Tourism penetration index in small Caribbean islands. Annals of Tourism Research, 25(1), 145-168.
45. McNeely, J. A., & Thorsell, J. W. (1989). Jungles, Mountains, and Islands: How Tourism can Help Conserve the Natural Heritage. World Leisure & Recreation, 31(4), 29-39.
46. Mikačić, V., (1993.), Otočni turizam Hrvatske, Pregledni rad, Institut za turizam, Zagreb
47. Minstarstvo razvita i obnove RH. Nacionalni program razvitka otoka. Preuzeto s: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Nacionalni_program_razvitka_otoka.pdf [pristupljeno 04.04.2016.].
48. Mirošević, L., Faričić, J., & Matassi, V. G. (2013). Utjecaj depopulacije na kulturnu baštinu hrvatskih otoka. Migracijske i etničke teme, (3), 405-431.
49. Muganda, M., Sirima, A., & Ezra, P. M. (2013). The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania. Journal of Human Ecology, 41(1), 53-66.
50. Nejašmić, I. (2013). Demografsko starenje na hrvatskim otocima. Migracijske i etničke teme, (2), 141-168.
51. Nejašmić, I., Mišetić, R. (2006). Depopulacija otoka Visa. Geoadria, 11(2), 283-309.
52. Nunkoo, R., Gursoy, D., & Juwaheer, T. D. (2010). Island residents' identities and their support for tourism: an integration of two theories. Journal of Sustainable Tourism, 18(5), 675-693.
53. Pearce, D. G. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia. Journal of Travel Research, 35(4), 16-24.
54. Petrić, L., & Pivčević, S. (2016, January). Community based tourism development-insights from Split, Croatia. In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* (p. 294). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
55. Petrić, L. (2003). Osnove turizma. Split, Ekonomski fakultet.
56. Petrić, L. (2007). „Osposobljavanje lokalnih zajednica za održivi razvoj turizma: primjer Hrvatske ".
57. Petrić, L. (2011). Upravljanje turističkom destinacijom , Ekonomski fakultet - Split.
58. Petrić, L., & Pranić, L. (2010). The attitudes of the island local community towards sustainable tourism development–the case of Stari Grad, island Hvar. Island sustainability, 77-88.

59. Petrić, L., Šimundić, B., Pivčević, S. (2013). Ekonomika turizma. Split: Ekonomski fakultet – Split
60. Poetschke, B., Conlin, M. V., & Baum, T. (1995). Key success factors for public/private sector partnerships in island tourism planning. Island tourism: management principles and practice., 53-63.
61. Rajotte, F. Knox, J. M. (1982). Resident-visitor interaction: a review of the literature and general policy alternatives. The impact of tourism development in the Pacific., 76-107.
62. Richards, G., & Hall, D. (2000). The community: A sustainable concept in tourism development. Tourism and sustainable community development, 7(1).
63. Riley, M. (1995). Tourism development under close control: the case of the Falkland Islands. Tourism Management, 16(6), 471-474.
64. Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Cabi.
65. Rudan, E. (2012). Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. Tranzicija, 14(29), 58-67.
66. Sastre, F., & Benito, I. (2001). The role of transnational tour operators in the development of Mediterranean island tourism. Mediterranean Islands and Sustainable Tourism Development: practices, management and policies, 69-86.
67. Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. Tourism management, 21(2), 147-156.
68. Scherl, L. M., & Edwards, S. (2007). Tourism, indigenous and local communities and protected areas in developing nations. Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries, 71-88.
69. Sharpley, R. (2001). Tourism in Cyprus: Challenges and opportunities. Tourism Geographies, 3(1), 64-86.
70. Shaw, G., & Williams, A. (2000). Tourism, leisure and recreation series: Tourism and sex. London: Pinter.
71. Sheller, M., & Urry, J. (2004). Tourism mobilities: places to play, places in play. Routledge.
72. Simmons, C. H., & Parsons, R. J. (1983). Developing internality and perceived competence: The empowerment of adolescent girls. Adolescence, 18(72), 917.
73. Smith, V., & Brent, M. (2001). Hosts and guests revisited. Tourism issues of the 21st century, Cognizant Communication Corporation, Elmsford, NY.
74. Sofield, T. H. (2003). Empowerment for sustainable tourism development (Vol. 7). Emerald Group Publishing.
75. Stylidis, D., Terzidou, M., & Terzidis, K. (2007). Island tourism and its socio-economic impacts. University of Surrey.
76. Theobald, W. F. (2005). The meaning, scope, and measurement of travel and tourism. Global tourism, 3, 23-48.
77. Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003). Arguments for community participation in the tourism development process. Journal of Tourism Studies, 14(2), 2.

78. Tonnies, F. (2001). Community and civil society. Cambridge: Cambridge University Press2001, 17.
79. Tucker, H. (2005). Living with tourism: Negotiating identities in a Turkish village. Routledge.
80. Turistička zajednica otoka Visa (2016). Statistika. Dostupno na: http://www.tz-vis.hr/ [pristupljeno 21.08.2016.].
81. Ujević, A. (2015). Svakodnevni život na otoku: primjer Visa (Diplomski rad, Sveučilište u Splitu.Filozofski fakultet sveučilišta u Splitu.Odsjek sociologije.)
82. Vojković, L. (2014). Turističko i pomorsko-prometno vrednovanje otoka Visa sa stajališta održivog razvoja, Hrvatski hidrografski institut
83. Wall, G., & Mathieson, A. (2006). Tourism: change, impacts, and opportunities. Pearson Education.
84. Waters, S. R. (1966). The American Tourist. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 368(1), 109-118.
85. Weed, M. E., & Bull, C. J. (1997). Integrating sport and tourism: A review of regional policies in England. Progress in Tourism and Hospitality Research, 3(2), 129-147.
86. Weihrich, H., & Koontz, H. (1993). Management: A global perspective. Singapore: McGraw-Hill.
87. World Tourism Organisation, A practical guide to tourism Destination management, Madrid, 2007.
88. World Tourism Organization (UNWTO). 2015a. Tourism Highlights, 2015 edition. Madrid: http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 [pristupljeno 20.08.2016.].
89. Živoder, S. B., Tomljenović, R., & Čorak, S. (2011). Cooperation between stakeholders in tourism destinations. In Izazovi upravljanja turizmom. Institut za turizam.

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 1: Međunarodni turistički dolasci prema regiji porijekla 10
Tablica 2: Prihodi od međunarodnog turizma prema regiji porijekla u 2015. godini 10
Tablica 3: Pregled najznačajnijih 5 zemalja Europske unije po ostvarenim međunarodnim noćenjima (u milijunima) za 2015. godinu. 11
Tablica 4: Pregled pet najznačajnijih hrvatskih otoka s obzirom na broj stanovnika i njihovu površinu 25
Tablica 5: Pregled kretanja broja stanovništva na hrvatskim otocima (1948. – 2011.) 26
Tablica 6: Promjena broja stanovnika otoka Visa u razdoblju 1900.-2011. 40
Tablica 7: Deskriptivna statistika stavova lokalne zajednice otoka Visa o razvoju turizma ... 61
Tablica 8: Postavljanje hipoteza za t-test u programu Stata 13.0. 64
Tablica 9: Testiranje tvrdnje o važnosti uloge lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa 64
Tablica 10: Testiranje tvrdnje o razina uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma na otoku Visu 64
Tablica 11: Testiranje tvrdnje o razini imagea kojeg lokalna zajednica stvara među stranim turistima 65
Tablica 12: Testiranje tvrdnje o važnosti edukacija lokalne zajednice o raznim vještinama i znanjima potrebnim za obavljanje poslova u turizmu 65
Tablica 13: Donošenje zaključka o istraživačkoj hipotezi H1 66
Tablica 14: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o učincima turizma na Visu 67
Tablica 15: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o razvoju turizma na Visu .. 68
Tablica 16: Kruskal Walls test za testiranje razlika u stavovima o načinima uključivanja stanovnika u procese upravljanja razvojem turizma na Visu 69
Tablica 17: Koeficijent korelacije za razinu uključenosti u javne rasprave o razvoju turizma i stupanj ostvarivanja prihoda kroz turističku djelatnost 70

Popis slika

Slika 1: Pregled kretanja ukupnog broja dolazaka turista i ukupno ostvarenog prihoda od turizma u razdoblju od 1960. do 2015. godine. 9
Slika 2: Aktualni trendovi i prognoza turističkih dolazaka za razdoblje od 1950 . do 2030. godine 9
Slika 3: Prikaz broja ukupnih noćenja rezidenata i nerezidenata na 1000 stanovnika zemalja Europske unije za 2014. Godinu 11
Slika 4: Geografski položaj Visa u srednjodalmatinskoj regiji 38
Slika 5: Prikaza otoka Visa (područje Grada Visa i Komiže) 39
Slika 6: Dolasci i noćenja (u tisućama) za Vis i Komižu od 2006. do 2015. 45
Slika 7: Struktura dolazaka gostiju po porijeklu za mjesta Vis i Komižu (2014. i 2015.) 45
Slika 8: Struktura noćenja gostiju po porijeklu za mjesta Vis i Komižu (2014. i 2015.) 46
Slika 9: Struktura noćenja gostiju po prema smještaju za grad Vis (2015.) 46
Slika 10: Struktura ispitanika po spolu 54
Slika 11: Struktura ispitanika po dobi 55
Slika 12: Struktura ispitanika po obrazovanju 55
Slika 13: Struktura ispitanika prema porijeklu 56
Slika 14: Struktura ispitanika prema radnom statusu 56

Slika 15: Struktura ispitanika prema ostvarivanju prihoda od turizma 57
Slika 16: Mišljenje ispitanika o tome tko donosi odluke vezanih uz razvoj turizma na otoku Visu 57
Slika 17: Mišljenje ispitanika o tome kako bi se trebale donositi odluke vezanih uz razvoj turizma na otoku Visu 58
Slika 18: Mišljenje ispitanika o važnosti uloga lokalne zajednice u kreiranju turističke ponude i turističkih sadržaja otoka Visa 59
Slika 19: Sudjelovanje ispitanika bilo kakvom obliku sastanka s javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma na otoku Visu 59
Slika 20: Mišljenje ispitanika o razini imagea kojeg lokalna zajednica stvara među stranim turistima 60
Slika 21: Mišljenje ispitanika o imidžu koji lokalna zajednica ostvaruje među inozemnim turistima 61

SAŽETAK

Turizam je postao svjetski fenomen i jedan od najvažnijih sudionika u međunarodnoj trgovini te u svom progresivnom razvoju i rastu uključuje veliki broj dionika na koje ostavlja mnoge posljedice, kako pozitivne, tako i negativne .

Glavni cilj ovog rada bio je istražiti važnost i ulogu lokalne zajednice na otoku Visu u turističkom razvoju otoka, ukazati na dosađašnju ulogu lokalne zajednice te ukazati na mogućnosti daljnjeg osnaživanja i poticanja cijele lokalne zajednice i stanovništva da se uključe u proces planiranja i razvoja turizma na otoku Visu.

U tu svrhu kreiran je anketni upitnik u kojem je lokalno stanovništvo otoka Visa izrazilo svoje mišljenje o pitanjima vezanim za sudjelovanje lokalne zajednice u turističkom razvoju, sudjelovanje lokalne zajednice u donošenju odluka relevantnih za razvoj turizma, ulogu turizma na otoku i mogućnostima utjecaja na daljnji razvoj i planiranje turizma.

Istraživanje je pokazalo da se ne može potvrditi kako lokalna zajednica Visa značajno doprinosi razvoju turizma na otoku. Odluke vezane uz razvoj turizma donosi grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici, a većina ispitanika nije nikada prisustvovala bilo kakvom obliku sastanka s javnim tijelima kada se raspravljalo o razvoju turizma na otoku.

Istraživanje je također, potvrdilo kako su ispitanici čvrstog stava kad se govori o edukaciji lokalne zajednice i stanovništva za obavljanje poslova u turizmu budući da velika većina tvrdi kako je edukacija u turizmu iznimno važna.

U konačnici, istraživanje potvrđuje kako je turizam doveo do povećanja potrošnje i stvorio nova radna mjesta na otoku te je za daljnji razvoj potrebno osnažiti lokalnu zajednicu za turistički razvoj kako bi svi stanovnici i dionici u turizmu imali kontrolu i utjecaj na cijeli proces razvoja turizma na otoku.

Ključne riječi: lokalna zajednica, učinci turizma, dionici turističkog razvoja, otok Vis

SUMMARY

Tourism has become a worldwide phenomenon and one of the most important participants in the international trade. Its progressive growth and development involves a large number of stakeholders and affects them, both positive and negative way.

The main aim of this study was to research the importance and role of the local community on the island of Vis for tourism development on the island, to indicate the current role of local communities and point to the possibility of the further strengthening and empowering the whole community and the population to be involved in the planning and tourism development on the island Vis.

For this purpose, a questionnaire was created for the local population of the island of Vis to express their opinion on the issues related to community participation in tourism development, community participation in decision-making for the development of tourism, the role of tourism on the island and possibilities of their influence on the further development and tourism planning.

Research has shown that it can not be confirmed that the local community on the island significantly contributes to tourism development on the island. Decisions related to the development of tourism makes a group of individuals in the local community and majority of the respondents had never attended any form of meeting with public authorities when discussing about the development of tourism on the island.

The study also confirmed that respondents have firm attitude regarding to the education of local community and the population for the performance in tourism industry since majority of them claim that education in tourism is extremely important.

Ultimately, the research confirms that tourism has led to an increase in consumption and created new job opportunities on the island. For the further development it is necessary to strengthen and empower the local community for tourism development, so that the residents and stakeholders in the tourism industry have control and influence on the whole process of tourism development on the island.

Keywords: local community, tourism impacts, stakeholders, Vis island